

BAB II. RUMAH MAKAN SAUNG SI KUCRIT

II.1 Wisata Kuliner

II.1.1 Definisi Wisata

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), wisata berarti bepergian bersama-sama (untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, dan sebagainya); bertamasya; piknik. “Wisata merupakan kegiatan yang dapat merubah mood siapa saja, karena dengan melakukan perjalanan wisata dapat merubah pikiran menjadi segar kembali, setelah menjalani rutinitas sehari-hari yang cukup penat seperti bekerja dan sekolah.” (Kuncoro. 2016)

Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya dan banyak suku didalamnya sehingga membuat Indonesia memiliki banyak potensi wisata, mulai dari wisata alam sampai wisata kuliner.

II.1.2 Definisi Wisata Kuliner

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), wisata kuliner adalah wisata yang dilakukan untuk menikmati aneka ragam masakan dari berbagai daerah. Sedangkan menurut Eric Wolf selaku pionir industri wisata kuliner dunia sekaligus pendiri *World Food Travel Association*, wisata kuliner merupakan pengalaman makan dan minum dari budaya lokal. Termasuk mengenal tradisi dan cara penyajian makanan. (detik.com. 2014)

Dikutip dari detik.com (2014), wisata kuliner merupakan bisnis yang memiliki peranan penting dalam peningkatan jumlah turis dan pendapatan dari pajak. Kuliner juga merupakan sub sektor ekonomi kreatif ke-15 yang dikembangkan sebagai produk unggulan agar menjadi daya tarik pariwisata. Sekaligus menjadi citra dan identitas bangsa. Wisata kuliner juga termasuk dalam golongan bisnis bidang jasa akomodasi. Yaitu jasa yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan. (Poerwanto. 2006)

II.1.3 Wisata Kuliner di Kota Cimahi

Tidak hanya dikenal sebagai kota pendidikan militer, kota Cimahi juga terkenal dengan wisata kulinernya. Salah satu kawasan yang menjadi tempat wisata kuliner kota Cimahi adalah jalan Raden Demang Hardjakusumah. Di jalan tersebut banyak sekali penjual makanan dan minuman, mulai dari yang tradisional seperti awug dan cendol, hingga yang modern seperti burger dan minuman bersoda.



Gambar II.1 Pasar Kaget

Sumber: <http://kulinercimahi.com/wp-content/uploads/2016/05/GEDC2553-FILEminimizer.jpg> (Diakses pada 26/12/2017)

Pada hari minggu jalan Raden Demang Hardjakusumah berubah menjadi pasar kaget sampai pukul 11.00 WIB, tentunya lebih banyak lagi pedagang yang berjualan ditrotoar hingga badan jalan. Meskipun tidak tertutup bagi kendaraan bermotor untuk melawati jalan tersebut. Namun tidak sedikit masyarakat yang bersantai jalan-jalan pagi sambil mencari bahan kebutuhan sehari-hari. (kulinercimahi.com. 2016)



Gambar II.2 Parkir Pasar Kaget

Sumber: <http://fbm-entrepreneur.blogspot.co.id/2016/02/tips-berjualan-di-pasar-kaget-strategy.html> (Diakses pada 27/12/2017)

Di jalan tersebut juga terdapat banyak sekali penjual makanan dan rumah makan, diantaranya yaitu Saung Tumaritis, Abang Pulut, Angkringan Jeng Anna, Saung Si Kucrit dan lain-lain. Dengan banyaknya tempat makan di jalan Raden Demang Hardjakusuma menandakan besarnya potensi wisata kuliner di jalan tersebut. Didukung dengan akses jalan yang bagus dan mudah ditemukan, karena di jalan tersebut juga terdapat kantor Pemkot Cimahi.

II.2 Saung Si Kucrit

II.2.1 Sejarah Saung Si Kucrit

Saung Si Kucrit dibuka pada bulan Maret tahun 2016, alasan penamaan Saung Si Kucrit karena tempat makannya yang dibangun dengan menggunakan bambu dan bilik bambu yang menyerupai saung. Sedangkan nama Si Kucrit diambil dari nama seekor kelinci peliharaan pemilik tempat makan tersebut.

Target utama rumah makan tersebut adalah keluarga, maka konsep yang dipilih adalah lesehan dan saung. Dan didapatkan slogan yang dirasa cocok yaitu makan santai bersama. Meskipun keluarga menjadi target utama, namun tidak sedikit juga pengunjung yang merupakan sepasang kekasih hingga rombongan.

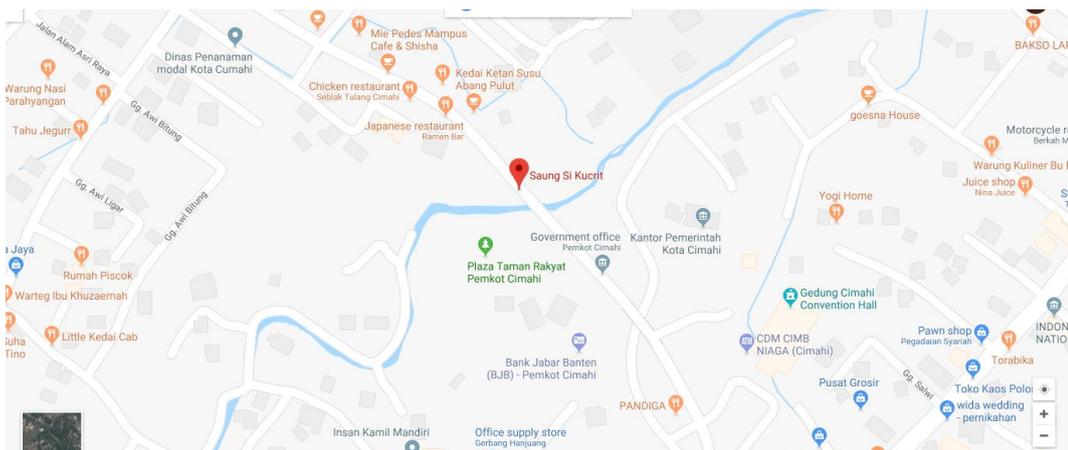
II.2.2 Lokasi Saung Si Kucrit

Posisi Saung Si Kucrit berada di jalan Raden Demang Hardjakusuma tepatnya dikios kedua dari jembatan Pemkot Cimahi, dibawah ini adalah foto hasil observasi yang memperlihatkan posisi Saung Si Kucrit.



Gambar II.3 Posisi Saung Si Kucrit
Sumber: Dokumentasi Pribadi (5/12/2017)

Pada Gambar III.1 terlihat Saung Si Kucrit disebelah kanan dengan warna hitam hijau, posisinya tepat di jalan yang sedikit menikung dan menanjak. Hal tersebut membuat pengendara memacu kendaraannya dengan cepat, sehingga pengendara sulit untuk melihat keberadaan Saung Si Kucrit.



Gambar II.4 Peta Saung Si Kucrit
Sumber: Dokumentasi Pribadi (29/1/2019)

Dilihat dari peta diatas Saung Si Kucrit ditunjukkan dengan tanda merah pada Google Maps, posisinya dekat dengan kantor Pemkot Cimahi setelah jembatan. Jika pengendara melaju dari arah kantor Pemkot Kota Cimahi, maka akan melalui jalan yang menikung dan menanjak setelah jembatan.

II.2.3 Denah Saung Si Kucrit

Setelah melakukan dua kali renovasi hingga saat ini Saung Si Kucrit memiliki saung sebanyak sepuluh unit dengan berbagai ukuran. Dengan kontur tanah yang tidak rata membuat tempat makan tersebut memiliki 3 lantai, yaitu lantai dasar, lantai 1 dan lantai 2.



Gambar II.5 Denah Saung Si Kucrit
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (6/12/2017)

II.2.4 Tampilan Luar

Bangunan Saung Si Kucrit dibangun dari bahan dasar bambu, mulai dari bagian luar sampai bagian dalam bangunan. Diluar bangunan dapat terlihat bangunan bambu dengan atap ijuk yang membuat Saung Si Kucrit terkesan tradisional. Dengan *banner* yang terpampang dengan berisikan daftar menu yang tersedia di Saung Si Kucrit.



Gambar II.6 Tampilan Luar
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28/06/2016)

Berdasarkan gambar diatas terlihat bagian yang terdapat pada kotak berwarna merah yang memperlihatkan nama Saung Si Kucrit yang tidak terlalu besar, tetapi didominasi oleh menu yang disajikan oleh Saung Si Kucrit.

II.2.5 Parkiran

Pengunjung Saung Si Kucrit menggunakan badan jalan untuk parkir kendaraannya, tentu hal ini melanggar Peraturan Daerah Kota Cimahi, Nomor : 6 Tahun 2006, Tentang Retribusi Jasa Umum Di Bidang Lalu Lintas Dan Angkutan Jalan. Meskipun menggunakan badan jalan, pengunjung Saung Si Kucrit yang parkir ditempat tersebut belum pernah mendapat sanksi dari petugas.



Gambar II.7 Parkiran

Sumber: Dokumentasi Pribadi (17/12/2017)

Parkiran Saung Si Kucrit hanya dapat memuat sebanyak 17 unit motor. Namun jika parkiran depan Saung Si Kucrit penuh biasanya pengunjung akan parkir didepan toko cat tembok. Toko cat tembok tersebut tutup pada pukul 17.00, maka pengunjung Saung Si Kucrit yang datang diatas jam tersebut dapat parkir didepan toko cat tembok. Orang-orang yang sering mengelola parkir disepanjang jalan tersebut adalah warga sekitar, mulai dari remaja hingga dewasa.

II.2.6 Kolam Ikan

Didalam Saung Si Kucrit terdapat kolam ikan, saat pengunjung masuk yang tepat berada didepannya adalah kolam ikan dan air terjun buatan dengan tinggi 150 cm dan lebar 100 cm. Air terjun tersebut akan menyala pada malam hari dan gambar berikut ini merupakan gambar air terjun pada siang hari. Debit air pada air terjun buatan tersebut dapat diatur besar dan kecilnya.



Gambar II.8 Air Terjun Buatan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (5/12/2017)

Air terjun buatan tersebut dibuat dari semen dan bata, namun dibentuk menyerupai bebatuan berwarna hitam. Ketika malam hari air terjun tersebut akan dinyalakan lampunya, lampu tersebut berwarna putih dibagian atas air terjun dan letaknya dibelakang air yang jatuh.



Gambar II.9 Kolam Ikan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (5/12/2017)

Ikan yang terdapat pada kolam tersebut jumlahnya tidak sampai 15 ekor dengan jenis ikan nila dan ikan mas saja. Airnya pun terlihat keruh dan dangkal, serta dasar dari kolam tersebut terdapat banyak endapan kotoran dan lumut.

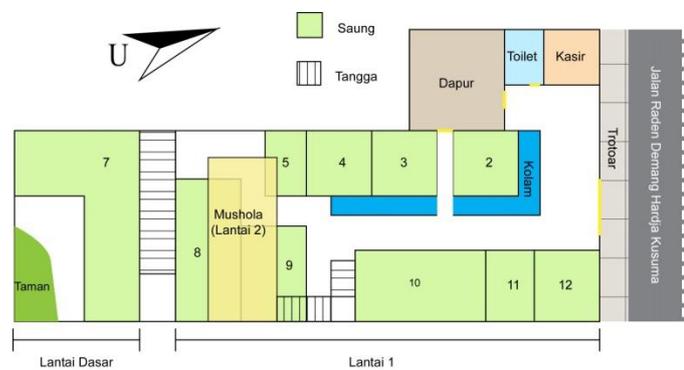
II.2.7 Saung



Gambar II.10 Saung

Sumber: Dokumentasi Pribadi (5/12/2017)

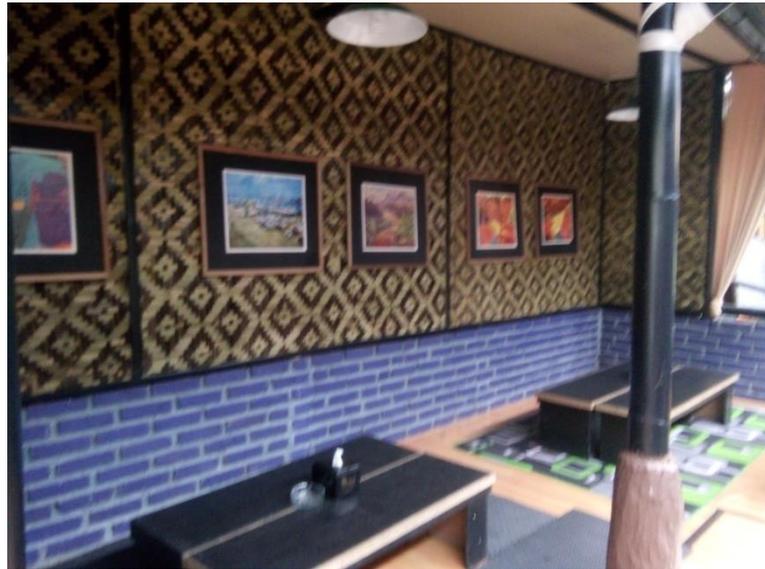
Gambar diatas diambil dari pintu masuk mengarah kedalam, saung-saung tersebut merupakan saung-saung yang berada disebelah kiri. Dan disebelah kanannya juga terdapat saung-saung yang tidak jauh berbeda dengan saung pada gambar diatas.



Gambar II.11 Penomoran Saung

Sumber: Dokumentasi Pribadi (6/12/2017)

Ada yang unik dari penomoran saung ditempat tersebut, yakni tidak adanya saung nomor 1 dan saung nomor 6. Berdasarkan penjelasan dari pemilik Saung Si Kucrit, alasan tidak adanya saung nomor satu karena pada saat renovasi dihilangkan saung nomor 1 dan dirubah menjadi kasir. Sedangkan saung nomor enam ditiadakan karena disaung nomor tersebut sering terjadi kejadian mistis yang membuat karyawan tidak nyaman.



Gambar II.12 Dalam Saung
Sumber: Dokumentasi Pribadi (5/12/2017)

Didalam saung dihias dengan beberapa lukisan pemandangan yang dipasang didinding bilik, lukisan-lukisan tersebut diambil dari kalender-kalender bekas. Meskipun mengambil dari kalender bekas tetapi nama pelukis tetap tertera pada bagian bawah lukisan. Tidak hanya lukisan, beberapa barang yang pasti ada disetiap saung yaitu meja, karpet, tisu, dan asbak.

II.2.8 Atap

Atap dari Saung Si Kucrit ada yang terbuat dari anyaman daun kelapa dan ada juga sebagian yang terbuat dari asbes. Berdasarkan wawancara pada tanggal 5 Desember 2017 kepada pemilik Saung Si Kucrit, bahwa kedepannya atap Saung Si Kucrit akan dirubah semua dengan asbes.



Gambar II.13 Atap
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (5/12/2017)

Alasan digantinya atap-atap tersebut karena jika saat hujan atap anyaman daun kelapa membuat kolam menjadi cepat keruh menguning dan membuat ikan-ikan mati. Penggunaan anyaman daun kelapa juga membuat tempat tersebut cepat kotor, karena daun-daun yang sering terkena panas dan hujan akan rontok kemudian berjatuh ke dalam kolam, jalan dan saung.

II.2.9 Buku Menu



Gambar II.14 Buku Menu
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (5/12/2017)

Berdasarkan gambar diatas terlihat buku menu Saung Si Kucrit yang laminasinya sudah terkelupas. Total buku menu yang ada adalah 8 buku, dan kondisinya serupa. Pada bagian dalam buku menu dengan judul Indonesia Food, terlihat bagian yang ditutupi dengan stiker kertas untuk mengganti harga dan menutup menu yang tidak tersedia. Buku-buku menu tersebut sudah digunakan lebih dari satu tahun, dan meski bentuknya sudah tidak bagus lagi tetapi buku menu tersebut masih digunakan.

II.2.10 Kasir

Kasir di Saung Si Kucrit terletak disebelah kanan dari pintu masuk, bersebelahan dengan toilet dan dapur, dapat dilihat pada gambar II.3 denah Saung Si Kucrit.



Gambar II.15 Kasir

Sumber: Dokumentasi Pribadi (5/12/2017)

Berdasarkan gambar diatas, kasir terdapat disebelah kiri dengan hanya tersedia satu meja dan satu kursi, serta pada kotak berwarna merah terdapat tulisan kasir menggunakan papan hitam dan tulisan dari kapur. Dibelakangnya terdapat lemari dengan rak-rak kecil.

II.2.11 Nota



Gambar II.16 Nota

Sumber: Dokumentasi Pribadi (5/12/2017)

Nota Saung Si Kucrit berukuran A6 dengan warna putih hitam saja serta memiliki nomor seri, nota beralaskan nampan kayu berwarna coklat tua. Nota akan dibawa oleh karyawan bagian *service* untuk mencatat pesanan pengunjung.

II.2.12 Karyawan

Saung Si Kucrit memiliki empat orang karyawan, tiga orang laki-laki dan satu orang perempuan. Masing-masing memiliki tugas dan tanggungjawab yang berbeda yaitu sebagai koki, asisten koki, pelayan, kasir. Keempat karyawan tersebut akan saling membantu jika salah satu karyawan kewalahan dalam melakukan pekerjaannya, terkadang kasir ikut membantu mengantarkan makanan kepada pengunjung.



Gambar II.17 Karyawan

Sumber: Dokumentasi Pribadi (14/12/2018)

1. Koki

Nama : Yusuf Supriatna

Usia : 35 tahun

Alamat: Tanjung Sari, Sumedang

2. Kasir

Nama : Nandang Munandar

Usia : 29 tahun

Alamat: Jatinangor, Sumedang

3. Pelayan

Nama : Agung Widiananda

Usia : 31 tahun

Alamat: Baros, Cimahi

4. Asisten Koki

Nama : Iim Siti Qoyyimah

Usia : 43 tahun

Alamat: Cihanjuang, Cimahi

II.3 Analisa

II.3.1 Media Promosi

Media promosi bertujuan untuk mengenalkan barang atau jasa dalam rangka memajukan usaha, kali ini penulis akan menggunakan pengelompokan media promosi yang dipaparkan Giacinta Hanna (2016) dalam bukunya yang berjudul *Bikin Restoran Laris Manis*, yakni media konvensional, media sosial dan media promosi melalui pelanggan.

II.3.1.1 Media Konvensional

Media promosi ini mencakup media cetak seperti brosur, spanduk dan sebagainya. Cakupan dari promosi ini bersifat lokal atau hanya diketahui oleh audiens yang berada dilokasi. Dan berikut ini adalah media-media konvensional yang sudah dilakukan oleh Saung Si Kucrit.

a. *Banner*



Gambar II.18 Media *Banner*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28/06/2016)

Pada gambar diatas terlihat *banner* setinggi pintu masuk, diletakan tepat disamping pintu masuk, isi *banner* tersebut didominasi oleh warna hijau dan kuning, serta menu-menu yang disajikan. Sedangkan tulisan Saung Si Kucrit dibagiannya dengan ukuran kecil dibandingkan bagian menu.

b. Brosur



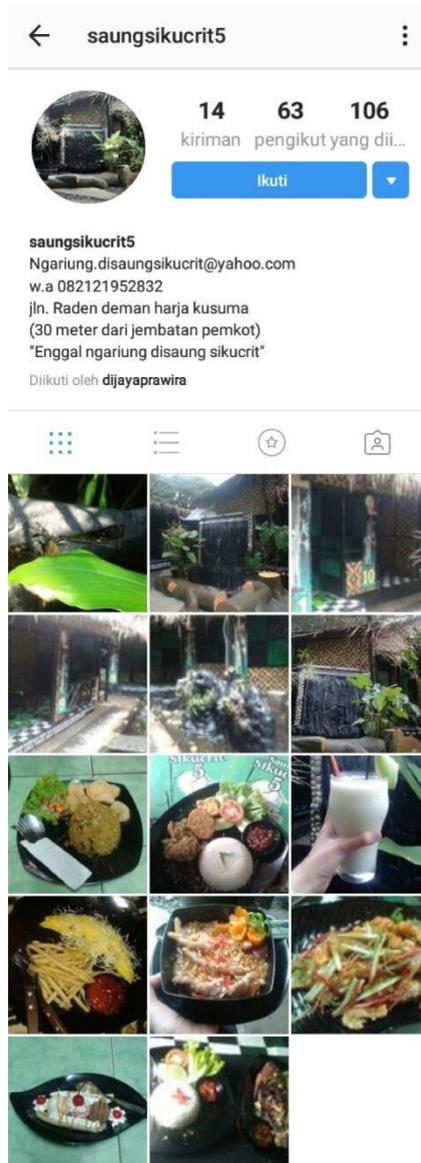
Gambar II.19 Media Brosur
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/1/2018)

Brosur Saung Si Kucrit berukuran A4 dengan kertas *glossy*, yang didominasi warna hijau dari gambar bambu. Brosur tersebut berisi menu-menu yang disajikan, namun hanya menu makanan berat saja, terdapat juga peta lokasi dari Saung Si

Kucrit. Brosur tersebut dilipat sebanyak tiga kali, menjadikannya berukuran panjang 21 cm dan lebar 10 cm.

II.3.1.2 Media Sosial

Media promosi ini memanfaatkan internet media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dan sebagainya. Cakupan dari promosi ini sangat luas dan tidak terbatas. Namun Saung Si Kucrit hanya menggunakan Instagram dalam media promosi ini.



Gambar II.20 Media Sosial
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/1/2018)

Pada gambar diatas terlihat akun media sosial milik Saung Si Kucrit yang baru memiliki 14 kiriman, 63 pengikut dan 106 yang diikuti. Kiriman pertama akun tersebut pada tanggal 8 Maret 2016, sedangkan kiriman terakhir akun tersebut pada tanggal 10 Maret 2016. Yang berarti akun tersebut hanya aktif selama dua hari saja.

II.3.1.3 Media Promosi Melalui Pelanggan

Media promosi ini tidak dilakukan secara langsung oleh restoran, akan tetapi dilakukan oleh pengunjung restoran yang menceritakan pengalamannya kepada orang lain setelah berkunjung ke restoran tersebut. Berdasarkan hasil kuesioner terhadap pengunjung Saung Si Kucrit, semua responden mengetahui Saung Si Kucrit dari teman atau keluarganya. Yang berarti pengunjung Saung Si Kucrit memiliki pengalaman yang bisa diceritakan kepada orang lain.

Banyak hal yang dapat dibagikan oleh pengunjung Saung Si Kucrit kepada teman dan keluarganya, beberapa hal tersebut terdapat pada kuesioner pengunjung dan kuesioner karyawan. Apakah itu hal baik atau buruk, tetap akan membuat orang penasaran untuk berkunjung dan mengetahuinya secara langsung. Namun media promosi ini cakupannya hanya disekitar orang-orang yang dikenal saja.

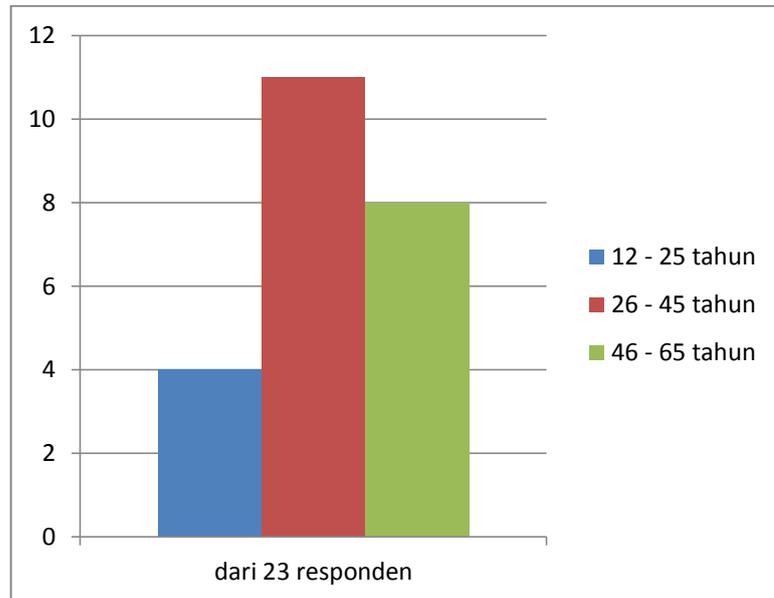
II.3.2 Pengetahuan Masyarakat Tentang Saung Si Kucrit

Kuesioner adalah alat riset atau survey yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis, yang bertujuan untuk mendapatkan tanggapan dari kelompok orang terpilih melalui wawancara pribadi atau daftar pertanyaan. Dalam pengumpulan data penelitian Saung Si Kucrit, peneliti memberikan kuesioner kepada pengunjung dan karyawan Saung Si Kucrit, dengan pertanyaan yang berbeda antara pengunjung dan karyawan.

II.3.2.1 Kuesioner Pengunjung Saung Si Kucrit

Berikut ini adalah hasil dari kuesioner pengunjung Saung Si Kucrit yang dilakukan pada tanggal 5 sampai 7 Januari 2018, dan lembar kuesioner diberikan secara acak kepada pengunjung dengan total sembilan responden.

a. Berapa usia anda?

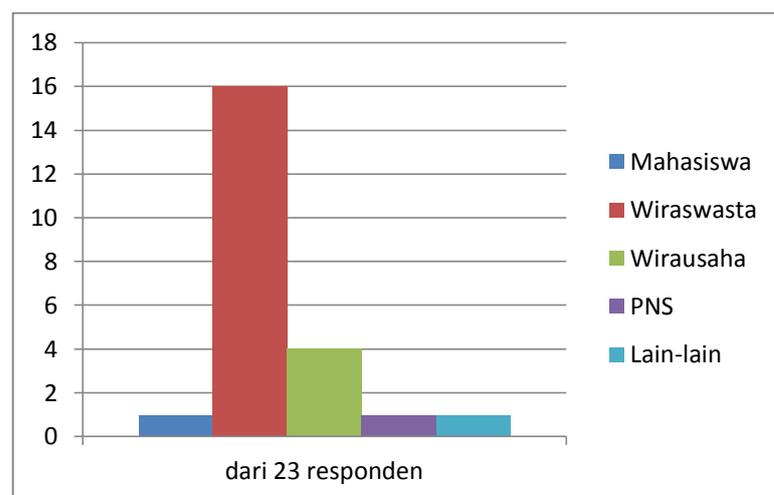


Gambar II.21 Grafik Usia

Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/10/2018)

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa 11 dari 23 responden pengunjung Saung Si Kucrit adalah usia 26 sampai 45 tahun. Data diatas merupakan kategori usia menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia tahun 2009.

b. Apa pekerjaan anda?

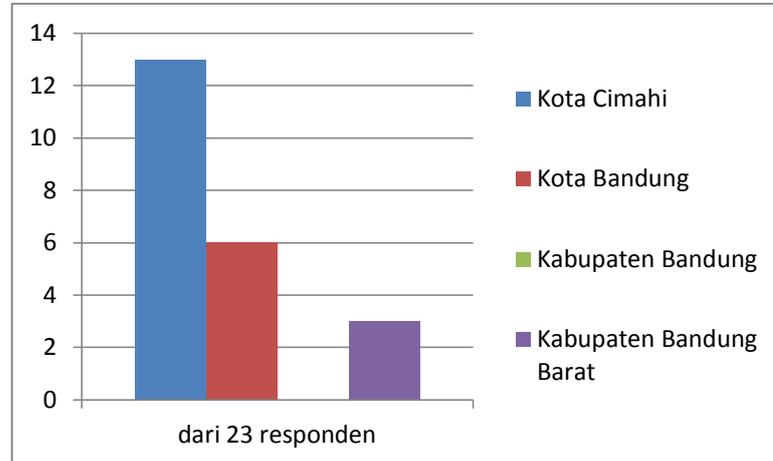


Gambar II.22 Grafik Pekerjaan

Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/10/2018)

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa 16 dari 23 responden pengunjung Saung Si Kucrit adalah wiraswasta.

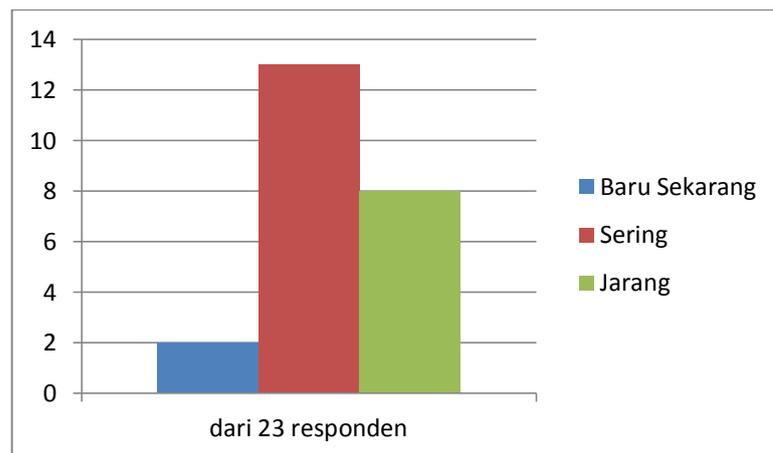
c. Dimana anda tinggal?



Gambar II.23 Grafik Tempat Tinggal
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/10/2018)

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa 13 dari 22 responden Saung Si Kucrit bertempat tinggal di Kota Cimahi, 3 dari 22 responden tinggal di Kabupaten Bandung Barat dan 6 dari 22 responden tinggal di Kota Bandung.

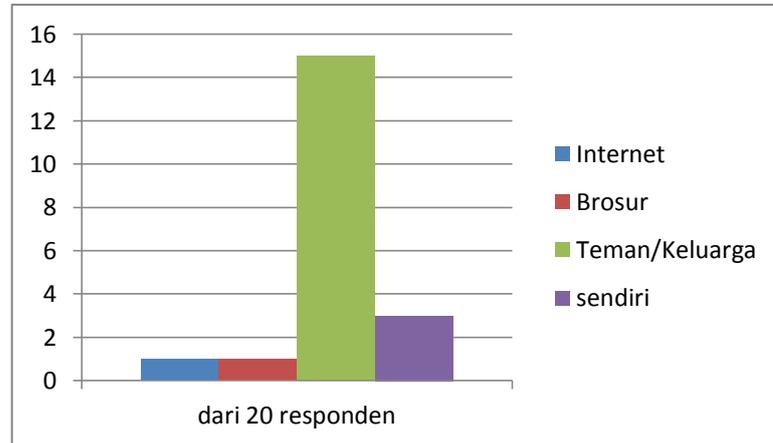
d. Seberapa sering anda berkunjung ke Saung Si Kucrit?



Gambar II.24 Grafik Kunjungan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/10/2018)

Berdasarkan grafik 8 dari 23 responden jarang berkunjung ke Saung Si Kucrit, 13 dari 23 responden sering berkunjung Saung Si Kucrit, sedangkan 2 dari 23 responden baru sekali berkunjung ke Saung Si Kucrit

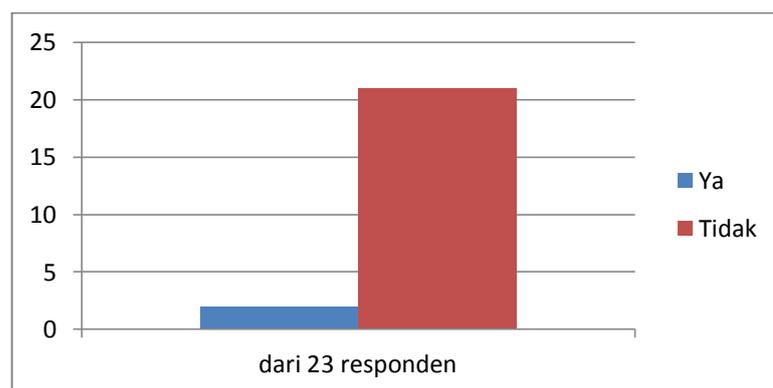
e. Dari mana anda mengetahui Saung Si Kucrit?



Gambar II.25 Grafik Mengetahui
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/10/2018)

Berdasarkan grafik diatas 15 dari 20 responden mengetahui Saung Si Kucrit dari teman atau keluarga. Padahal Saung Si Kucrit memiliki media promosi berupa media sosial Instagram dan media konvensional berupa brosur.

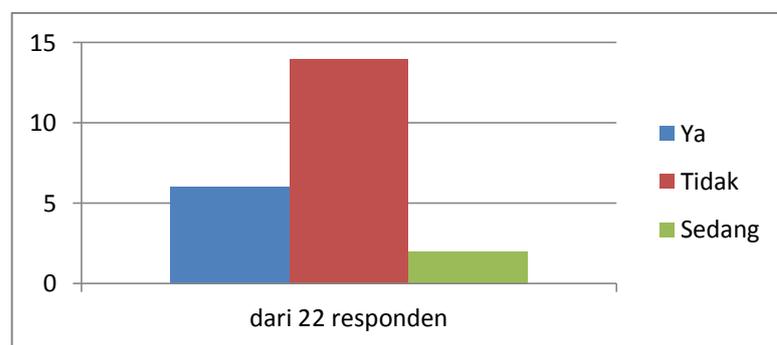
f. Apakah anda kesulitan untuk menemukan lokasi Saung Si Kucrit?



Gambar II.26 Grafik Menemukan Lokasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/10/2018)

Berdasarkan grafik diatas, 21 dari 23 responden tidak kesulitan untuk menemukan lokasi Saung Si Kucrit, dan sisanya kesulitan untuk menemukan Saung Si Kucrit. Jika berdasarkan gambar II.13 Grafik Kunjungan, maka 21 responden yang tidak kesulitan untuk menemukan lokasi Saung Si Kucrit adalah responden yang sudah lebih dari sekali berkunjung. Namun ada 1 responden yang sering berkunjung dan masih kesulitan untuk menemukan lokasi Saung Si Kucrit.

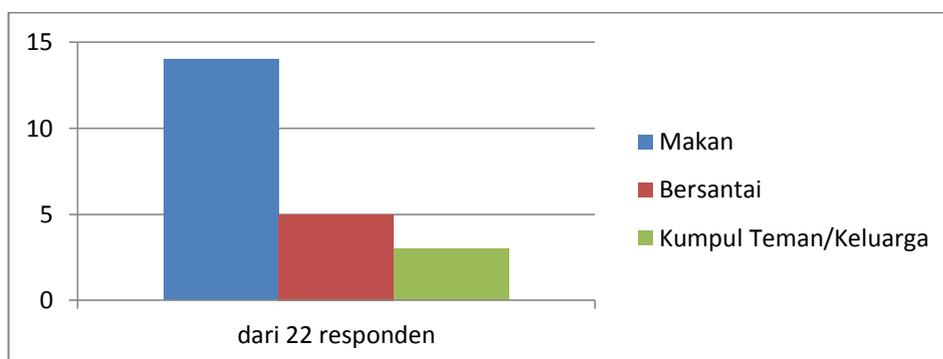
g. Apakah anda kesulitan untuk memarkirkan kendaraan anda saat berkunjung ke Saung Si Kucrit?



Gambar II.27 Grafik Kesulitan Parkir
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/10/2018)

Berdasarkan grafik diatas, 14 dari 22 responden tidak kesulitan untuk memarkirkan kendaraannya, meskipun parkir Saung Si Kucrit menggunakan badan jalan.

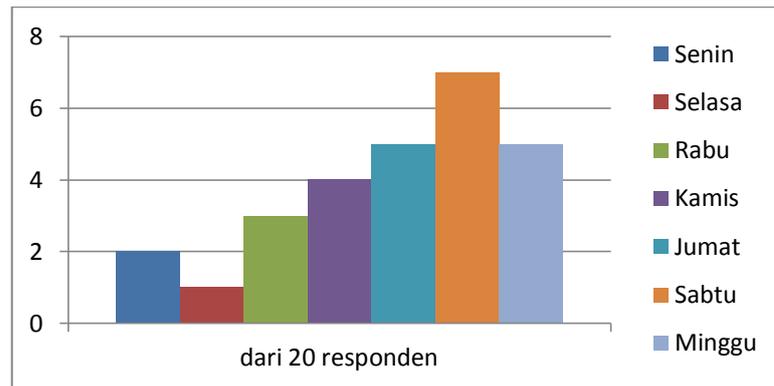
h. Apa alasan utama anda berkunjung ke Saung Si Kucrit



Gambar II.28 Grafik Alasan Berkunjung
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/10/2018)

Berdasarkan grafik diatas, alasan utama 14 dari 22 responden adalah untuk Makan, sedangkan 5 dari 22 responden memiliki alasan utama untuk Bersantai. Meskipun begitu tetap saja responden yang memiliki alasan utama untuk bersantai pasti akan memesan menu di Saung Si Kucrit.

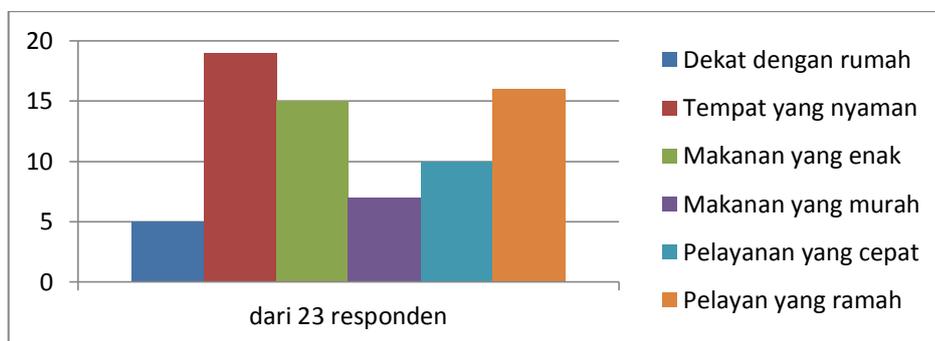
i. Hari apa saja anda berkunjung ke Saung Si Kucrit? (boleh lebih dari satu)



Gambar II.29 Grafik Hari Kunjungan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/10/2018)

Berdasarkan grafik diatas, terhitung ada 4 responden yang milih hari Jumat untuk berkunjung, selanjutnya pada hari Senin, Sabtu dan Minggu masing-masing ada 2 responden yang berkunjung. Namun ada 2 responden yang tidak memberikan pilihan hari berkunjungnya.

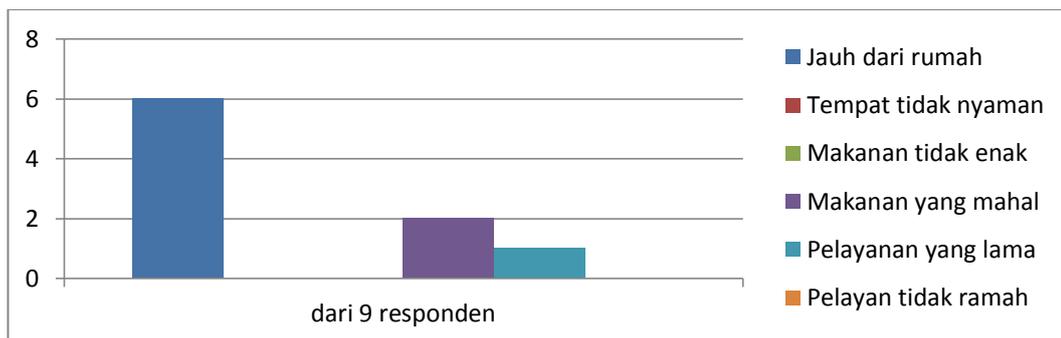
j. Menurut anda apa kelebihan yang dimiliki Saung Si Kucrit? (boleh lebih dari satu)



Gambar II.30 Grafik Kelebihan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/10/2018)

Berdasarkan grafik diatas, kelebihan Saung Si Kucrit yang paling tinggi ada pada Tempat yang nyaman dan Pelayan yang ramah, kelebihan dibawahnya adalah Makanan yang enak dan Pelayanan yang cepat. Sedangkan kelebihan lainnya yaitu Makanan yang murah dipilih oleh 7 responden.

k. Menurut anda apa kekurangan yang dimiliki Saung Si Kucrit? (boleh lebih dari satu)

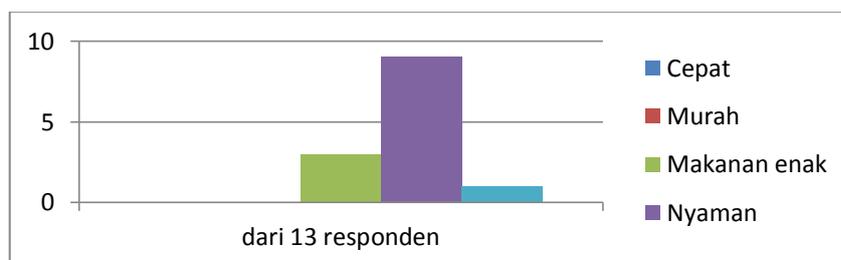


Gambar II.31 Grafik Kekurangan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/10/2018)

Berdasarkan grafik diatas, hanya ada 9 responden yang memberikan penilaian terhadap kekurangan Saung Si Kucrit dari total 23 responden, kekurangan tertinggi ada pada penilaian Jauh dari rumah yang dipilih 6 responden, dan 2 responden memilih penilaian Makanan yang mahal.

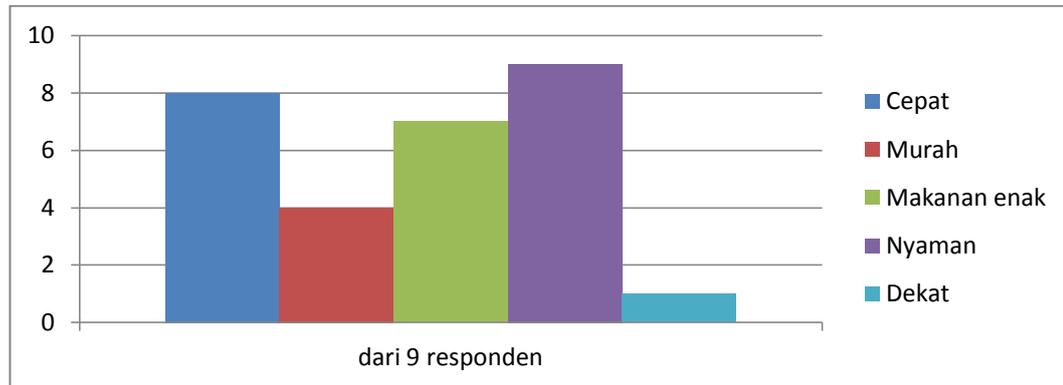
l. Apa yang menjadi prioritas utama anda jika berkunjung ke rumah makan?

Grafik dibawah ini dibagi menjadi dua, yaitu grafik untuk 13 responden yang memilih satu prioritas, dan grafik untuk 9 responden yang memilih lebih dari satu prioritas. Sedangkan 1 responden tidak memberikan penilaian.



Gambar II.32 Grafik Satu Prioritas
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/10/2018)

Berdasarkan grafik diatas, 9 responden memilih Nyaman sebagai prioritas utama.



Gambar II.33 Grafik Lebih Satu Prioritas
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/10/2018)

Berdasarkan grafik diatas, penilaian nyaman menjadi prioritas utama bagi keempat responden, dibawahnya terdapat penilaian Cepat, Makanan enak dan Murah. sedangkan penilaian Dekat hanya 1 responden saja.

II.3.2.2 Kuesioner Karyawan Saung Si Kucrit

Saung Si Kucrit memiliki empat karyawan, diantaranya yaitu 1 koki, 1 asisten koki, 1 pelayan dan 1 kasir. Kertas kuesioner diberikan kepada karyawan dengan maksud agar tidak mengganggu jam kerja. Karena jika dilakukan wawancara secara langsung kepada karyawan, ditakutkan akan mengurangi kinerja dan jam kerja di Saung Si Kucrit. Dibawah ini adalah pertanyaan dan jawaban pada kuesioner yang dapat membantu penelitian.

a. Menurut anda apa kekurangan Saung Si Kucrit?

- Susah masak kalau airnya habis
- Harus memperbaiki tempat

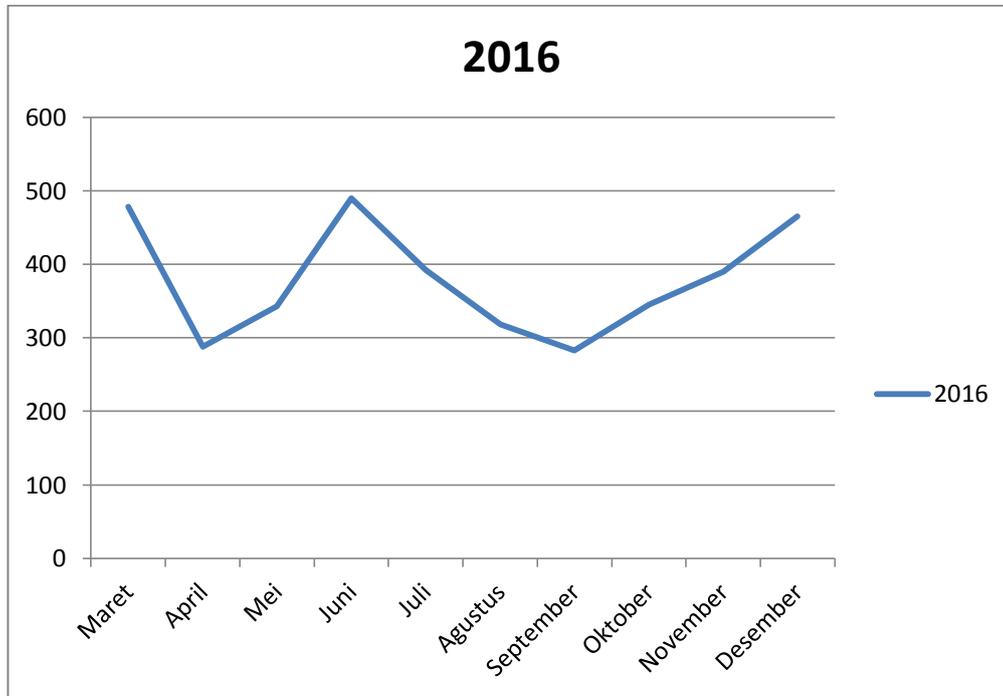
b. Menurut anda apa kelebihan Saung Si Kucrit?

- Tempat yang luas
- Tempat yang yaman untuk makan dan istirahat

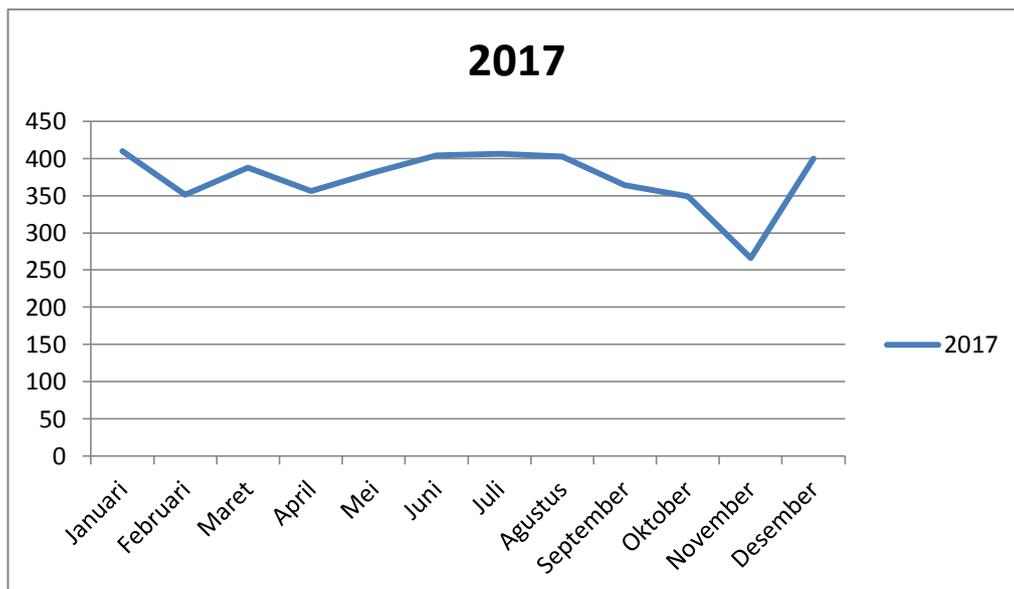
- Makanan cepat
 - Pelayanan ramah
 - Makanan enak
- c. Hal apa saja yang biasanya dikeluhkan oleh pengunjung?
- Masakan yang keasinan / kepedasan
 - Tidak adanya wastafel
 - Tempat wudhu jauh dari musala
 - Sulit parkir bagi yang membawa mobil
 - Tidak ada tempat charger
- d. Berapa banyak pengunjung yang sudah berlangganan di Saung Si Kucrit?
- Lebih dari 100 orang
- e. Menurut anda fasilitas apa yang harus ditambah untuk kenyamanan pengunjung?
- Lahan parkir
 - Alas duduk
 - Wastafel
- f. Kapan waktu paling ramai pengunjung Saung Si Kucrit?
- Akhir pekan
 - Sabtu dan Minggu
 - Awal bulan / tanggal merah
- g. Kapan waktu paling sepi pengunjung Saung Si Kucrit?
- Tidak Tentu

II.3.3 Presentase Jumlah Pengunjung Saung Si Kucrit

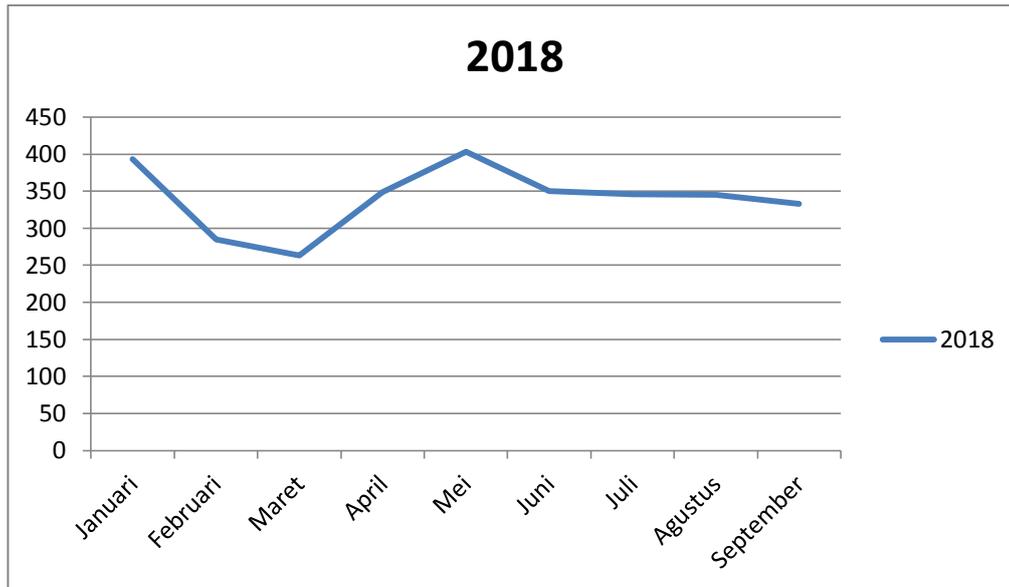
Data presentase jumlah pengunjung berikut ini merupakan data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan, data ini didapatkan oleh penulis dari pengelola Saung Si Kucrit pada tanggal 21 Oktober 2018.



Gambar II.34 Grafik Pengunjung 2016
Sumber: Dokumentasi Pribadi (22/10/2018)



Gambar II.35 Grafik Pengunjung 2017
Sumber: Dokumentasi Pribadi (22/10/2018)



Gambar II.36 Grafik Pengunjung 2018
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (22/10/2018)

Berikut ini adalah presentase pengunjung Saung Si Kucrit, bersumber dari pengelola Saung Si Kucrit. Data berikut merupakan data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan dalam bentuk tabel.

Tabel II.1 Jumlah Pengunjung
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (22/10/2018)

Bulan	2016	2017	2018
Januari	-	410	393
Februari	-	351	285
Maret	478	388	263
April	288	356	349
Mei	343	381	403
Juni	490	404	350
Juli	392	406	346
Agustus	318	403	345
September	283	364	333
Oktober	345	349	
November	390	266	
Desember	465	400	

Dari data-data diatas terlihat ada penurunan jumlah pengunjung Saung Si Kucrit dari tahun 2016 sampai dengan 2018 meskipun jumlahnya tidak terlalu signifikan.

II.3.4 Analisis Strategi Pemasaran 7P

Strategi pemasaran sangatlah penting, karena pelaku bisnis harus bisa jeli dan teliti dalam membuat strategi pemasaran yang baik di tengah ketatnya persaingan pasar. Salah satu strategi pemasaran yang banyak digunakan adalah strategi pemasaran 7P, yang merupakan singkatan dari *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Lokasi), *Promotion* (Promosi), *Process* (Proses), *Physical Evidence* (Bukti Fisik Perusahaan), *People* (Sumber Daya Manusia). Berikut ini adalah analisis strategi pemasaran 7P pada Saung Si Kucrit:

II.3.4.1 Product

Setiap pedagang biasanya memiliki produk yang menjadi andalannya dan bagaimana cara mengembangkan produk andalannya tersebut. Begitu juga dengan Saung Si Kucrit yang memiliki menu andalan yaitu berbagai macam menu berbahan dasar ayam, seperti ayam betutu, ayam lada hitam, ayam asam manis dan lain-lain. Menu-menu tersebut merupakan menu utama yang ada di Saung Si Kucrit.

II.3.4.2 Price

Harga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi pemasaran suatu produk, tinggi rendahnya harga sebuah produk selalu menjadi perhatian utama para konsumen. Sehingga harga menjadi bahan pertimbangan khusus sebelum konsumen memutuskan untuk membeli produk maupun menggunakan suatu jasa. Saung Si Kucrit juga tentu sudah menentukan harga bagi produknya, menu-menu utama yang menjadi andalan Saung Si Kucrit berharga Rp. 18.000,- sampai dengan Rp. 30.000,-. Harga tersebut merupakan harga pasaran untuk menu berbahan ayam lengkap dengan nasi, lalapan, tahu dan tempe.

II.3.4.3 Place

Pemilihan lokasi usaha yang strategis bisa menjadi faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah produk, Saung Si Kucrit berada di jalan Raden Demang Hardjakusuma, jalan tersebut merupakan jalan utama yang ramai pengendara, di jalan tersebut juga terdapat kantor Pemkot Cimahi sehingga jalan

tersebut menjadi salah satu jalan paling sibuk di Kota Cimahi. Pegunjung Saung Si Kucrit tidak kesulitan untuk memarkirkan kendaraannya karena lahan parker yang cukup menampung 6 unit mobil tepat didepan Saung Si Kucrit.

Berdasarkan kuesioner pengunjung, Saung Si Kucrit memiliki tempat yang nyaman dan pelayanan yang baik, ketika pengunjung memasuki lokasi maka yang ada dihadapan pengunjung pertama kali adalah air terjun buatan dan sambutan dari pelayan Saung Si Kucrit.

II.3.4.4 *Promotion*

Kegiatan promosi merupakan strategi pemasaran yang sangat dibutuhkan sebuah usaha, baik usaha kecil maupun usaha besar. Strategi promosi digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan permintaan atau penjualan barang dan jasa. Promosi juga menjadi media komunikasi dari pelaku bisnis kepada konsumen dalam menyampaikan informasi mengenai produknya. Dalam perjalanannya, Saung Si Kucrit juga telah melakukan promosi berupa cetak seperti brosur dan *banner* yang dimana brosur tersebut belum ada perkembangan lagi dari segi informasi dan desain. Sedangkan media promosi dimedia sosial hanya menggunakan Instagram yang hanya aktif dua hari sejak postingan pertama.

II.3.4.5 *Process*

Seluruh operasional sebuah perusahaan harus dijalankan sesuai sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh perusahaan. Pengunjung Saung Si Kucrit dalam sistemnya dipersilahkan untuk nemempati tempat makan yang telah disediakan, kemudian memesan makanan yang pembayarannya diakhir setelah selesai makan. Pelayan akan melayani pelanggan mulai dari masuk lokasi sampai dengan keluar.

II.3.4.6 *Physical Evidence*

Bangunan merupakan nilai tambah bagi konsumen dalam menilai sebuah perusahaan. Perhatian terhadap interior dan perlengkapan bangunan termasuk pencahayaan dan tata ruang yang sesuai menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi kenyamanan pengunjung.

Berdasarkan hasil kuesioner pengunjung Saung Si Kucrit, menunjukkan nilai kenyamanan Saung Si Kucrit cukup tinggi, dengan bangunan terbuat dari bambu beratapkan ijuk, memberikan kesan tradisional dan asri. Ditambah lagi dengan adanya kolam ikan didepan saung tempat makan pengunjung. Tidak hanya itu, saat pengunjung masuk maka yang pertama kali dihadapan pengunjung adalah air terjun buatan yang sengaja menghadap ke pintu masuk Saung Si Kucrit.

II.3.4.7 People

People merupakan salah satu aset utama dalam industri jasa, kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja baik akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Saung Si Kucrit tidak hanya menjual produk makanan, tetapi juga terdapat jasa dalam proses penjualan tersebut. Berdasarkan hasil kuesioner pengunjung Saung Si Kucrit, lebih dari setengah dari jumlah pengunjung memberikan penilaian pelayan yang ramah dan pelayanan yang cepat.

II.3.5 Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threats* (ancaman). SWOT digunakan sebagai perencanaan strategis yang mendasar dan umum digunakan untuk merinci dan mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan bisnis. Berikut ini adalah analisi SWOT dari Saung Si Kucrit berdasarkan hasil kuesioner pengunjung, kuesioner karyawan dan survey lapangan.

- *Strenght* (Kekuatan)
 - Makanan yang enak
 - Tempat yang nyaman
 - Pelayanan yang baik

- *Weakness* (Kelemahan)
 - Pengunjung didominasi oleh orang berusia dewasa
 - Hanya diketahui oleh orang yang pernah berkunjung
 - Tempat wudhu jauh dari musala

- *Opportunity* (Peluang)
Saung Si Kucrit akan menjadi tempat makan yang nyaman dan ramai pengunjung dengan melakukan promosi yang dapat memperluas pangsa pasar.
- *Threats* (Ancaman)
Menurunnya jumlah pengunjung Saung Si Kucrit yang secara otomatis akan menurunkan omset Saung Si Kucrit.

II.4 Resume

Media promosi Saung Si Kucrit berupa media sosial hanya menggunakan Instagram. Padahal Saung Si Kucrit juga dapat melakukan promosi di media sosial lainnya, karena bukan hanya Instagram yang memiliki pengguna yang banyak, media promosi Instagram Saung Si Kucrit hanya aktif 2 hari sejak postingan pertama. Di era digital ini masyarakat sudah banyak yang memiliki ponsel dan tidak sedikit orang yang ingin membeli makanan namun tidak ingin lelah keluar rumah, dengan memanfaatkan aplikasi seperti Go-Jek dan Grab membuat orang mudah menemukan dan membeli makanan. Namun Saung Si Kucrit juga belum terdaftar di aplikasi-aplikasi tersebut, hal-hal tersebut membuat Saung Si Kucrit hanya diketahui oleh orang yang pernah berkunjung atau pernah diajak orang lain.

Media promosi konvensional Saung Si Kucrit hanya satu brosur dan *banner* yang dipasang di lokasi. Sedangkan brosur dan *banner* tentu membutuhkan pembaruan dari segi informasi dan tampilan. Hasil kuesioner pengunjung dan karyawan Saung Si Kucrit, dengan jumlah responden paling banyak memilih berkunjung pada akhir pekan dan tanggal merah. Padahal orang bisa saja berkunjung pada hari kerja, karena makan adalah kebutuhan sehari-hari. Dan berkumpul bersama teman atau keluarga tidak harus menunggu akhir pekan.

Hasil kuesioner pengunjung Saung Si Kucrit yang menunjukkan pengunjung tempat tersebut paling banyak berusia dewasa yakni 26 tahun sampai 45 tahun, sedangkan pengunjung berusia remaja hanya sedikit, bahkan kurang dari setengah jumlah pengunjung dewasa.

Berdasarkan data yang didapat dari pemilik Saung Si Kucrit pada Tabel II.1, terjadi penurunan jumlah pengunjung dari tahun 2016 sampai 2018, meskipun tidak signifikan tetapi jika dibiarkan otomatis akan terus terjadi penurunan omset Saung Si Kucrit.

Hasil analisis SWOT Saung Si Kucrit menunjukkan kekuatan Saung Si Kucrit ada pada makanan yang enak, kenyamanan tempat dan pelayanan yang baik. Sedangkan kekurangan yang dimiliki Saung Si Kucrit adalah pengunjungnya yang didominasi oleh orang berusia dewasa, serta pengunjung mengetahui Saung Si Kucrit karena sebelumnya pernah berkunjung.

II.5 Solusi Perancangan

Mengacu pada resume diatas, Saung Si Kucrit tidak aktif promosi di media sosial maka Saung Si Kucrit perlu melakukan promosi di media sosial yang memiliki jangkauan luas dan banyak digunakan masyarakat untuk menambah calon pengunjung dan memperluas pangsa pasar. Pengunjung Saung Si Kucrit juga hanya didominasi oleh orang dewasa, maka dibutuhkan sebuah solusi berupa penjualan langsung kepada masyarakat kota Cimahi dan sekitarnya. Sehingga meningkatkan jumlah pengunjung Saung Si Kucrit dan membuat pengunjung tidak hanya didominasi oleh orang dewasa saja.