BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Perusahan Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin ini terbentuk dengan berawal dari sebuah keinginan yang kuat dari pendirinya oleh H.Ihin pada 10 Maret 1994 yang memulai kiprahnya. Perusahaan ini adalah perusahaan keluarga dan tidak berbadan hukum. Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin ini berpusat di Cipanas Cianjur yang didirikan tahun 1994. Berkat komitmen yang kuat dan perkembangan perusahaan semakin meningkat serta tuntutan bisnis yang memadai dan pelanggan-pelanggan fanatik yang semakin bertambah, perusahaan akhirnya membuka cabang-cabang baru.

Visi

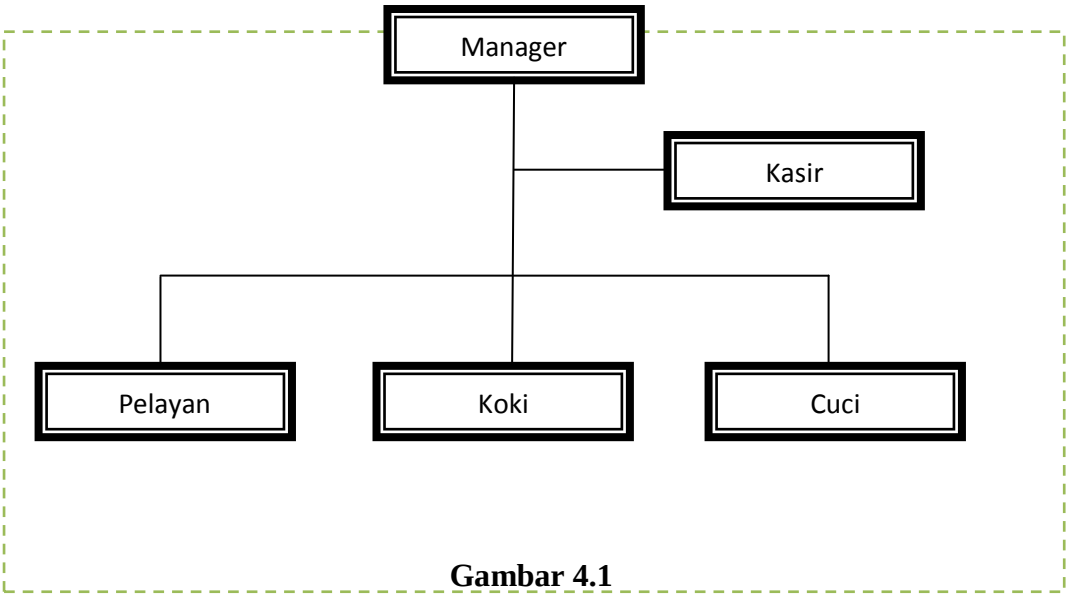
"Beribadah,Berusaha dan Loyalitas membuka lapangan kerja yang seluas-luasnya"

Misi

1. Menjalankan sesuai Agama dengan menyediakan makanan yang halal.
2. Bekerja dengan Ikhlas dan dengan kesadaran yang tinggi akan tanggung jawab.
3. Membuka cabang dan merekrut banyak karyawan.

4.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan bagian yang sangat penting dalam penyelenggaraan kegiatan suatu organisasi atau perusahaan, karena didalam struktur organisasi terdapat garis pendelegasian wewenang yang seharusnya dilakukan. Berdasarkan kinerja dan prestasi yang telah dicapai oleh Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur. Stuktur organisasi Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur

4.1.3 Deskripsi Jabatan di Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur

Berikut ini merupakan deskripsi kerja bagian yang ada di Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur antara lain:

1. **Manager**

a) memimpin, mengelola dan mengendalikan semua kegiatan operasional Rumah Makan agar dapat mencapai standar pelayanan yg telah ditetapkan agar mampu mencapai target dan pendapatan dan pengeluaran biaya sesuai dengan budget.

2. Kasir

a) Sebagai pintu terakhir perusahaan yang melakukan trasnsaksi penjualan secara langsung dengan konsumen

b) Melayani dan menawarkan atas kegiatan atau promosi yang dilakukan pers

c) Memberikan hasil laporan penjualan terhadap manajer setiap harinya

3. Waiter/waiteress

Menyajikan makanan dan minuman yang dipesan

4. Koki

a) Bertanggung jawab atas kelancaran kerja didapur

b) Menjaga kebersihan dan keselamatan kerja serta standar makanan

c) Melaksanakan tugas didapur dari mualai persiapan, pengolaan dan penyajian makanan

d) Menjaga kualitas dan kebersihan makanan yang disajikan kepada tamu

5. Cuci

Membersihkan peralatan makan dan menjada kebersihan restoran

4.1.4 Aspek Kegiatan Perusahaan

Rumh Makan adalah salah satu jenis usaha dibidang jasa pangan yang bertempat disebagian atau seluruh bangunan yang permanen, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan,

penyimpanan, penyajian, dan penjualan makanan dan minuman untuk umum.

Rumah Makan selain harus memperhatikan cita rasa masakan yang harus enak dan tidak berubah dari waktu ke waktu juga harus memperhatikan tentang kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan itu meliputi karyawan yang ramah, sopan, tempat parkir yang luas, ruangan makan yang bersih dan cepat dalam melayani konsumen.

Rumah Makan juga harus memiliki ciri khas yang membedakan dengan Rumah Makan lainnya. Keunikan yang dimiliki akan menarik minat konsumen untuk datang ke Rumah Makan.

Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pangan. Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur lebih dikenal dengan sebutan Rumah Makan Pak H.Ihin. Yang seluruh kegiatan perencanaan keuangan, pemasaran, pembayaran pajak dan lain-lain dipegang oleh seorang manager yang juga owner atau permilik Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur buka setiap hari dari pukul 08.00 s/d 20.00.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Identifikasi Faktor Internal (IFAS) Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur

1. Kekuatan

Aspek pemasaran

- Mempunyai lokasi yang sangat strategis karena berada tepat di jalan raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur.
- Fasilitas rumah makan khas sunda Pak H.ihin yang cukup baik.
- Tempat parkir yang cukup luas.
- Sangat menjaga kebersihan.

Aspek produksi

- Hasil dari olahan Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin sangat berbeda dari rumah makan yang lain yang mempunyai ciri khas sendiri.

Aspek Sumber Daya Manusia

- Hasil olahan juru masak yang sangat menjaga ciri khas menu di rumah makan ini

2. Kelemahan

Aspek SDM

- Kurangnya kerapihan para karyawan dalam bekerja.
- Kurangnya disiplin dalam bekerja..
- Kurang produktif dalam bekerja
- Kurangnya keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan
- Kurangnya kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen
- Kurangnya pemahaman karyawan akan kebutuhan konsumen

Aspek pemasaran

- Dalam hal pemasaran maih mengandalkan lokasi,belum memanfaatkan media-media lain seperti jejaring sosial atau media-media lainnya

Aspek keuangan

- Masih melakukan perhitungan manual sehingga kurang efektf dan efisien.

4.2.1.1 Perankingan (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) IFAS

Dari ke lima pakar dibawah pakar yang ke 1 adalah karyawan (kasir), pakar yang ke 2 adalah karyawan (juru masak), pakar yang ke 3 adalah pemilik RM (manajer), pakar yang ke 4 adalah karyawan (pelayan) dan pakar yang ke 5 adalah konsumen RM. Alasan peneliti mengambil ke lima pakar tersebut adalah Dalam penelitian kualitatif ini, teknik sampling yang digunakan adalah *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit , lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari data yang sedikit itu belum mampu memberikan data yang lengkap dan pasti, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber dataDibawah ini merupakan perankingan faktor internal Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur.

Tabel 4.1

Perankingan Faktor Internal

No	Uraian	Nilai Pakar					Rata-rata skor	Rank
		1	2	3	4	5		
1	**KEKUATAN/STRENGTH**							
	a.ASPEK PEMASARAN							
	· Lokasi yang sangat strategis karena berada tepat di jalan raya Puncak Cipanas Cianjur	3	3	4	3	4	3,4	4
	· Fasilits rumah makan pak H.Ihin yang baik	4	2	3	2	4	3	5
	·Tempat parkir yang cukup luas	2	3	3	4	2	2,8	6
	·Sangat menjaga kebersihan	4	4	4	3	3	3,6	3
	b. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA							
	.Hasil olahan juru masak yang sangat menjaga ciri khas menu di rumah makan ini	4	4	4	4	3	3,8	2
	c. ASPEK PRODUKSI							
	·Hasil dari olahan Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin sangat berbeda dari rumah makan yang lain yang mempunyai ciri khas sendiri	4	4	4	4	4	4	1
2	**KELEMAHAN/WEAKNESS**							
	a. ASPEK PEMASARAN							
	· Dalam hal pemasaran maih mengandalkan lokasi,belum memanfaatkan media-media lain seperti jejaring sosial atau media-media lainnya .	2	1	3	1	2	1,8	5
	b. ASPEK KEUANGAN							
	·Masih menggunakan perhitungan manual	1	2	1	2	3	1,8	5
	c. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA							

	·Kurangnya kerapihan para karyawan dalam bekerja.	4	3	2	3	2	2,8	2
	·Kurangnya disiplin dalam bekerja..	3	2	4	2	3	2,8	2
	·Kurang produktif dalam bekerja	3	4	3	4	4	3,6	1
	·Kurangnya keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	4	3	3	4	4	3,6	1
	·Kurangnya kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen	2	2	4	2	2	2,4	4
	· Kurangnya pemahaman karyawan akan kebutuhan konsumen	2	3	2	3	3	2,6	3
	·Tidak memiliki pendidikan formal dalam hal food and beverage	1	2	1	1	4	1,8	5

Sumber: Hasil Pengolahan, 2012

Dari hasil perangkingan di atas selanjutnya dilakukan pembobotan dan pen skoran sehingga di dapat nilai dari masing-masing faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahannya. Pembobotan dan pen skoran dapat di lihat pada tabel di bawah ini.

4.2.1.2 Pembobotan (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) IFAS

Dibawah ini merupakan hasil pembobotan faktor internal Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur.

Tabel 4.2

Pembobotan Faktor Internal

No	Uraian	Bobot	Skor	B x S
1	**KEKUATAN/STRENGTH**			
	a.ASPEK PEMASARAN			
	.Lokasi yang sangat strategis karena berada tepat di jalan raya Puncak Cipanas Cianjur	0,08	3,4	0,27
	·Fasilits rumah makan pak H.Ihin yang baik	0,07	3	0,21
	·Tempat parkir yang cukup luas	0,06	2,8	0,17
	·Sangat menjaga kebersihan	0,09	3,6	0,32
	b. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA			
	·Hasil olahan juru masak yang sangat menjaga ciri khas menu di rumah makan ini	0,1	3,8	0,38
	c. ASPEK PRODUKSI			
	·Hasil dari olahan Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin sangat berbeda dari rumah makan yang lain yang mempunyai ciri khas sendiri	0,15	4	0,6
	TOTAL S			**1,95**
2	**KELEMAHAN/WEAKNESS**			
	a. ASPEK PEMASARAN			
	·Dalam hal pemasaran maih mengandalkan lokasi,belum memanfaatkan media-media lain seperti jejaring sosial atau media-media lainnya.	0,02	1,8	0,04
	b. ASPEK KEUANGAN			
	·Masih menggunakan perhitungan manual	0,02	1,8	0,04
	c. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA			
	·Kurangnya kerapihan para karyawan dalam bekerja.	0,06	2,8	0,17
	·Kurangnya disiplin dalam bekerja..	0,06	2,8	0,17

	·Kurang produktif dalam bekerja	0,09	3,6	0,32
	·Kurangnya keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	0,09	3,6	0,32
	·Kurangnya kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen	0,04	2,4	0,1
	·Kurangnya pemahaman karyawan akan kebutuhan konsumen	0,05	2,6	0,13
	·Tidak memiliki pendidikan formal dalam hal food and beverage	0,02	1,8	0,04
TOTAL W		**1**	**43,8**	**1,32**
TOTAL S+W				**3,27**

Sumber: Hasil Pengolahan, 2012

Pada tabel pembobotan diatas kolom bobot adalah hasil kesepakatan antara peneliti dan iforman yaitu pemilik RM khas Sunda Pak.H.Ihin yaitu Ipan Sopandi.

4.2.2 Identifikasi Faktor Eksternal (*External Strategic Factors Analysis Summary*) (IFAS) Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur

1. Peluang

Aspek Pemasaran

- Berada di kawasan wisata sehingga banyak konsumen yang datang setiap harinya

Aspek Produksi

- Hasil produksi di rumah makan pak H.ihin masih sangat menjaga cita rasa dan ciri khas dari menu rumah makan ini

2. Ancaman

Aspek Kebijakan

- Kenaikan harga bahan pokok yang meningkat secara terus-menerus.

- Kebijakan pemerintah yng menaikan pajak

Aspek Pesaing

- Munculnya pesaing di sekitar Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin

4.2.2.1. Perangkingan (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*) IFAS

Dari ke lima pakar dibawah pakar yang ke 1 adalah karyawan (kasir), pakar yang ke 2 adalah karyawan (juru masak), pakar yang ke 3 adalah pemilik RM (manajer), pakar yang ke 4 adalah karyawan (pelayan) dan pakar yang ke 5 adalah konsumen RM. Alasan peneliti mengambil ke lima pakar tersebut adalah Dalam penelitian kualitatif ini, teknik sampling yang digunakan adalah *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit , lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari data yang sedikit itu belum mampu memberikan data yang lengkap dan pasti, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data. Dibawah ini merupakan perangkingan faktor eksternal Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur.

Tabel 4.3

Perangkingan Faktor Eksternal

No	Uraian	Nilai Pakar					Rata-rata skor	Rank
		1	2	3	4	5		
1	**PELUANG/OPPORTUNITY**							
	a. ASPEK PEMASARAN							
	•Berada di kawasan wisata sehingga banyak konsumen yang datang setiap harinya	4	3	4	3	4	3,6	1
	b. ASPEK PRODUKSI							
	•Hasil produksi di rumah makan pak H.ihin masih sangat menjaga cita rasa dan ciri khas dari menu rumah makan ini.	3	4	4	2	4	3,4	2
	c. ASPEK KEUANGAN							
	•Akan lebih efektif dan efisien apabila melakukan perhitungan keuangan dengan menggunakan komputerisasi.	1	2	2	2	2	1,8	3
2	**ANCAMAN/THREAT**							
	a. ASPEK PESAING							
	•Munculnya pesaing di sekitar rumah makan pak H.Ihin	2	3	3	1	4	2,6	2
	b. ASPEK KEBIJAKAN							
	•Kenaikan harga bahan pokok	3	4	4	4	3	3,6	1
	•Kenaikan pajak oleh pemerintah	2	3	3	2	2	2,4	3

Sumber: Hasil Pengolahan, 2012

4.2.2.2. Pembobotan (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*) EFAS

Dibawah ini merupakan hasil pembobotan faktor internal Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur.

Tabel 4.4

PEMBOBOTAN FAKTOR EKSTERNAL

No	Uraian	Bobot	Skor	B x S
1	**PELUANG/OPPORTUNITY**			
	a. ASPEK PEMASARAN			
	·Berada di kawasan wisata sehingga banyak konsumen yang datang setiap harinya	0,3	3,6	1,08
	b. ASPEK PRODUKSI			
	·Hasil produksi di rumah makan pak H.ihin masih sangat menjaga cita rasa dan ciri khas dari menu rumah makan ini.	0,16	3,4	0,544
TOTAL O				**1,624**
2	**ANCAMAN/THREAT**			
	a. ASPEK PESAING			
	·Munculnya pesaing di sekitar rumah makan pak H.Ihin	0,09	2,6	0,234
	b. ASPEK KEBIJAKAN			
	·Kenaikan harga bahan pokok	0,3	3,6	1,08
	·Kenaikan pajak oleh pemerintah	0,08	2,4	0,192
TOTAL T		**1**	**17,4**	**1,506**
TOTAL O+T				**3,13**

Sumber: Hasil Pengolahan, 2012

Pada tabel pembobotan diatas kolom bobot adalah hasil kesepakatan antara peneliti dan iforman yaitu pemilik RM khas Sunda Pak.H.Ihin yaitu Ipan Sopandi.

4.2.3. Pembobotan *Internal Strategic Factors Analysis Summary*(IFAS) dan *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS) Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur

Berikut ini adalah pembobotan faktor internal (IFAS) dan faktor eksternal (EFAS) Rumah makan khas Sunda Pak H.Ihin Km 92 Cipanas Cianjur.

Tabel 4.5

Pembobotan Faktor Internal

No	Uraian	Bobot	Skor	B x S
1	**KEKUATAN/STRENGTH**			
	a.ASPEK PEMASARAN			
	.Lokasi yang sangat strategis karena berada tepat di jalan raya Puncak Cipanas Cianjur	0,08	3,4	0,27
	·Fasilits rumah makan pak H.Ihin yang baik	0,07	3	0,21
	·Tempat parkir yang cukup luas	0,06	2,8	0,17
	·Sangat menjaga kebersihan	0,09	3,6	0,32
	b. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA			
	·Hasil olahan juru masak yang sangat menjaga ciri khas menu di rumah makan ini	0,1	3,8	0,38
	c. ASPEK PRODUKSI			
	·Hasil dari olahan Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin sangat berbeda dari rumah makan yang lain yang mempunyai ciri khas sendiri	0,15	4	0,6
	TOTAL S			**1,95**
2	**KELEMAHAN/WEAKNESS**			
	a. ASPEK PEMASARAN			
	·Dalam hal pemasaran maih mengandalkan lokasi,belum memanfaatkan media-media lain seperti jejaring sosial atau media-media lainnya.	0,02	1,8	0,04
	b. ASPEK KEUANGAN			
	·Masih menggunakan perhitungan manual	0,02	1,8	0,04

	c. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA			
	·Kurangnya kerapihan para karyawan dalam bekerja.	0,06	2,8	0,17
	·Kurangnya disiplin dalam bekerja..	0,06	2,8	0,17
	·Kurang produktif dalam bekerja	0,09	3,6	0,32
	·Kurangnya keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	0,09	3,6	0,32
	·Kurangnya kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen	0,04	2,4	0,1
	·Kurangnya pemahaman karyawan akan kebutuhan konsumen	0,05	2,6	0,13
	·Tidak memiliki pendidikan formal dalam hal food and beverage	0,02	1,8	0,04
TOTAL W		**1**	**43,8**	**1,32**
TOTAL S+W				**3,27**

Sumber: Hasil Pengolahan, 2012

Tabel 4.6

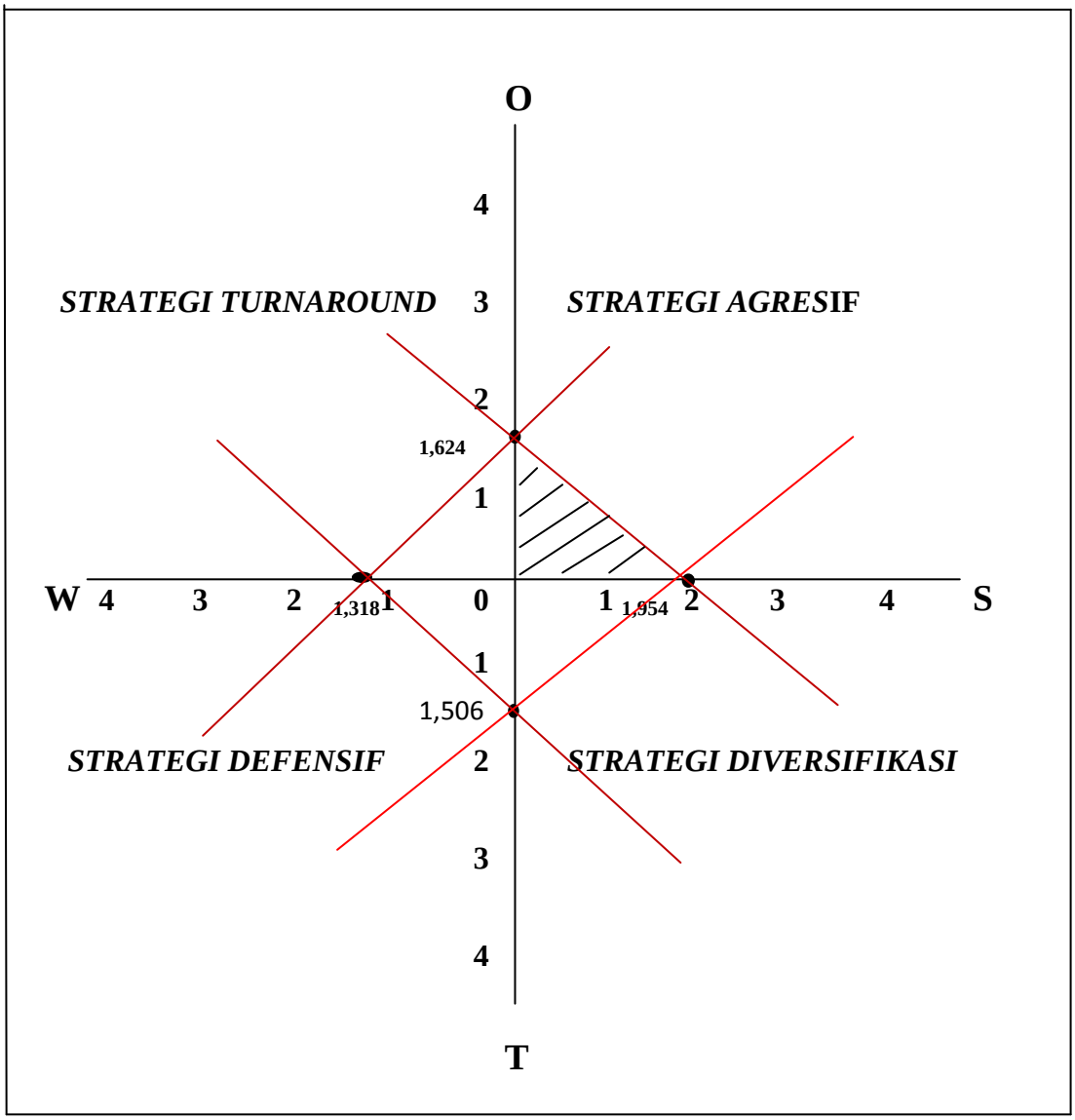
Pembobotan Faktor Eksternal

No	Uraian	Bobot	Skor	B x S
1	**PELUANG/OPPORTUNITY**			
	a. ASPEK PEMASARAN			
	·Berada di kawasan wisata sehingga banyak konsumen yang datang setiap harinya	0,3	3,6	1,08
	b. ASPEK PRODUKSI			
	·Hasil produksi di rumah makan pak H.ihin masih sangat menjaga cita rasa dan ciri khas dari menu rumah makan ini.	0,16	3,4	0,544
TOTAL O				**1,624**
2	**ANCAMAN/THREAT**			
	a. ASPEK PESAING			
	·Munculnya pesaing di sekitar rumah makan pak H.Ihin	0,09	2,6	0,234
	b. ASPEK KEBIJAKAN			
	·Kenaikan harga bahan pokok	0,3	3,6	1,08
	·Kenaikan pajak oleh pemerintah	0,08	2,4	0,192
TOTAL T		**1**	**17,4**	**1,506**
TOTAL O+T				**3,13**

Sumber: Hasil Pengolahan, 2012

Pada tabel pembobotan diatas kolom bobot adalah hasil kesepakatan antara peneliti dan iforman yaitu pemilik RM khas Sunda Pak.H.Ihin yaitu Ipan Sopandi.

Untuk lebih jelas dari hasil pembobotan dari faktor-faktor Internal dan eksternal dapat dilihat pada diagram di bawah ini



Gambar 4.2

Analisis Diagram SWOT

Berdasarkan Gambar diatas menunjukkan bahwa strategi yang perlu diterapkan untuk strategi pengembangan bisnis di Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur adalah **strategi *agresif*** yaitu menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Matrik strategi *diversifikasi* dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 4.7

Matrik Strategi SWOT

	KEKUATAN		
PELUANG	Aspek pemasaran • Mempunyai lokasi yang sangat strategis karena berada tepat di jalan raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur. • Fasilitas rumah makan khas sunda Pak H.ihin yang cukup baik. • Tempat parkir yang cukup luas. • Sangat menjaga kebersihan.	Aspek Sumber Daya Manusia • Hasil olahan juru masak yang sangat menjaga ciri khas menu di rumah makan ini	Aspek produksi • Hasil dari olahan Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin sangat berbeda dari rumah makan yang lain yang mempunyai ciri khas sendiri.
Aspek Pemasaran • Berada di kawasan wisata sehingga banyak konsumen yang datang setiap harinya	• Meningkatkan fasilitas seperti mempunyai hotspot,live music, dan parkir gratis serta meningkatkan pelayanan kepada konsumen, sehingga dapat menarik konsumen terlebih	• Lebih meningkatkan berbagai jenis makanan serta menambahkan olahan menu makanan yang lebih menarik.	• Menciptakan menu makanan yang lebih inovatif tetapi tetap menjaga ciri khas dari Rumah Makan Pak H.Ihin sehingga

	lagi RM ini berada dikawasan wisata.		konsumen lebih tertarik lagi, dan keuntungan semakin meningkat.
Aspek Produksi • Hasil produksi di rumah makan pak H.ihin masih sangat menjaga cita rasa dan ciri khas dari menu rumah makan ini	• Meningkatkan promosi secara besar-besaran seperti di jejaring sosial serta di media lainnya serta menambah fasilitas seperti mempunyai hotspot,live music, dan parkir gratis agar lebih menarik dan tetap menjaga ciri khas dari RM Pak.Ihin.	• Melatih para juru masak/koki sehingga lebih handal dalam mengolah menu makanan menjadi lebih inovatif	• Tetap menjaga ciri khas dari RM Pak H.Ihin yang sudah turun temurun sehingga konsumen tetap tertarik.

4.2.4 Strategi pengembangan bisnis Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin dengan menggunakan SWOT

Dari uraian SWOT yang telah dianalisis diatas dapat diambil strategi Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin rinciannya sebagai berikut sebagai berikut:

- Jangka Pendek
  a. Meningkatkan promosi secara besar-besaran seperti di jejaring sosial serta di media lainnya.
  b. Tetap menjaga ciri khas dari RM Pak H.Ihin yang sudah turun temurun sehingga konsumen tetap tertarik
  c. Menciptakan menu makanan yang lebih inovatif tetapi tetap menjaga ciri khas dari Rumah Makan Pak H.Ihin sehingga konsumen lebih tertarik lagi, dan keuntungan semakin meningkat
- Jangka Panjang
  a. Melatih para juru masak/koki sehingga lebih handal dalam mengolah menu makanan menjadi lebih inovatif

b. Meningkatkan fasilitas seperti mempunyai hotspot,live music, dan parkir gratis serta meningkatkan pelayanan kepada konsumen, sehingga dapat menarik konsumen terlebih lagi RM ini berada dikawasan wisata.