BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah penulis meiakukan penelitian dan menganaiisis data, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelaksanaan bauran eceran pada restoran BMC Outlet Aceh Bandung yang terdiri dari :
    a. Lokasi yang tepat dan cukup strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumen karena dilewati oleh angkutan umum, dan berada di dekat balai kota Bandung, serta beberapa pusat perbelanjaan di kota Bandung
    b. Barang dagangan yang ditawarkan restoran BMC Outlet Aceh Bandung cukup beragam seperti adanya aneka pastery and bakery, yoghurt, susu yang ditata rapih di depan pintu masuk restoran sehingga para konsumen dapat juga makan-makanan ringan selain makanan dan minuman yang di tawarkan di restoran.
    c. Harga yang cukup sesuai dan terjangkau oleh konsumen. di restoan BMC outlet aceh Bandung, harga yang ditawarkan oleh restoran BMC pun bervariant dan cukup terjangkau oleh konsumen yang sesuai dengan rasa makanan dan minumanya
    d. Promosi yang dilakukan cukup menarik perhatian konsumen untuk datang ke restoran BMC outlet aceh Bandung Promosi yang dilakukan

di restoran BMC outlet Aceh Bandung yaitu iklan. Brosur yang dibagikan, spanduk, iklan di radio dan beberapa media cetak serta iklan di website, Adapun promosi lain seperti pemberian diskon pada konsumen yang membeli di atas batas minimum pembelian, atau pemberian diskon dengan kerjasama dengan BANK dan kartu kredit sehingga konsumen tertarik untuk makan di restoran BMC.

e. Pelayanan yang diberikan di restoran BMC outlet Aceh Bandung cukup baik para karyawan yang melayani dengan ramah, dengan cepat menangapi pertanyaan atau keluhan para konsumen
f. Susana dalam restoran BMC outlet Aceh Bandung yang dirancang seperti bandung tempo dulu, dan desain ruangan yang sederhana serta penambahan fasilitas-fasilitas tambahan seperti wi-fi, kipas angin/AC, dan fasilitas parkir yang cukup nyaman dan aman, sehingga membuat para konsumen merasa nyaman berada di restoran BMC.

Restoran BMC outlet Aceh Bandung melaksanakan bauran eceran dengan sebaik-baiknya untuk konsumen di tengah ketatnya persaingan bisnis eceran restoran saat ini.

1. Tanggapan responden terhadap pelaksanaan eceran cukup baik dengan skor 63,96%. karena responden menilai bahwa lokasi, pelayanan, harga, barang dagangan dinilai cukup baik, dan suasana toko dinilai baik sedangkan promosi dinilai tidak baik dengan data sebagai berikut:
    a. Lokasi dinilai dengan cukup baik dengan skor 78 %. karena lokasi restoran cukup strategis dan mudah dijangkau.

b. Barang dagangan dinilai dengan cukup baik dengan skor 61.9 %, karena barang dagangan yang tersedia cukup beragam walaupun tidak lengkap.
c. Harga dinilai dengan cukup baik dengan skor 59.8 %, dan karena harga yang ditetapkan sudah sesuai yang dirasakan oleh responden
d. Promosi dinilai dengan tidak baik dengan skor 48.1 %, karena responden menyatakan promsi yang dilakukan masih kurang, sehingga masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui restoran BMC.
e. Pelayanan dinilai cukup baik dengan skor 67.9 %, karena pelayananya, baik dan memberikan kepuasan kepada pengunjung yang datang dan ramah para karyawanya.
f. Suasana toko/restoran dinilai dengan baik dengan skor 68.1 %, karena responden cukup setuju suasana dalam toko menarik dan nyaman pada saat konsumen dating, serta fasilitas-fasilitas yang diberikan.

2. Setelah penulis melakukan analisis SWOT maka dapat disimpulkan bahwa posisi Restoran BMC berada di kuadran III (*survival*) yaitu Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal, sehingga strategi yang harus digunakan oleh Restoran BMC Outlet Aceh Bandung adalah strategi WT yaitu strategi Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensifdan ditujukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Restoran BMC Outlet Aceh Bandung menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal, dimana faktor promosi yang

kurang maksimal dan menarik menjadi faktor permasalahan internal di restoran BMC Outlet Aceh Bandung, serta kurangnya inovasi-inovasi baru yang dilakukan oleh pihak perusahaan, sedangkan Restoran BMC memiliki peluang pasar yang cukup besar.

5.2 Saran

Setelah penulis melakukan survey di lapangan restoran BMC Outlet Aceh Bandung dengan semakin ketatnya persaingan pada bisnis eceran saat ini, maka sebaiknya pihak restoran BMC Outlet Aceh Bandung benar-benar memperhatikan kekurangan tentang pelaksanaan bauran eceran. Maka dari itu saran penulis yang akan dikemukakan sebagai berikut :

a. Restoran BMC Outlet Aceh Bandung sebaiknya Iebih melengkapi lagi produk yang dijual baik aneka pastry and bakery maupun aneka rasa, olahan susu dan yoghurt sehingga lebih beranekaragam lagi produk yang ditawarkan restoran BMC outlet aceh Bandung
b. Dalam segi harga restoran BMC outlet Aceh Bandung harus lebih menyesuaikan lagi dengan keadaan atau taktor-faktor yang mempengaruhi pemebelian konsumen seperti, kualitas/ rasa makanan, minuman yang ditawarkan, dan keragaman produk.
c. Restoran BMC Outlet Aceh Bandung dalam melaksanakan kegiatan promosinya harus lebih baik, lebih sering dan tepat sasaran, seperti memperbanyak promosi di radio-radio lokal, televisi, membuat spanduk

yang lebih menarik dan menyebarkan brosur agar para konsumen dapat mengetahui restoran BMC outlet Aceh Bandung.

d. Setelah penulis melakukan analisis SWOT diharapkan perusahaan dapat lebih memperbaiki kelemahan internal serta meningkatkan SDM, agar Restoran BMC dapat lebih berkembang lagi. Restoran BMC diharapkan Dapat lebih menghadapi lagi ancaman dari para pesaing yang semakin banyak, agar Restoran BMC dapat tetap bertahan dalam persaingan restoran yang semakin marak di kota Bandung, pihak perusahaan diharapkan dapat membuat inovasi-inovasi baru untuk lebih mempromosikan Restoran BMC.