

PERAN PENINGKATAN PELAYANAN PRAMUSAJI GUNA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN

Suwarti^a, Ade Galang Saputra^b

^aPariwisata, watysmicecomm@gmail.com , STIEPARI Semarang

^bManajemen, stiepari@yahoo.com , STIEPARI Semarang

ABSTRACT

This study aims to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats possessed by Shabu Auce Restaurant service, through this SWOT analysis will determine which strategy is the most effective to increase customer satisfaction at Shabu Auce Restaurant. This research uses a qualitative approach. The research model used is the in-depth interview method, observation and literature study which is carried out systematically based on the research objectives. Researchers interviewed the Crystal Palace Restaurant Manager, supervisor, chef and captain waiter, 2 restaurant business observers, and 5 Shabu Auce Restaurant guests. Interviews were conducted to get a clear picture of the strengths, weaknesses, opportunities and threats that Crystal Palace Restaurant products have, as well as determine which service is most effective for increasing customer satisfaction at Shabu Auce Restaurant. The results showed that the WO (Weakness Opportunity) strategy was deemed the most appropriate and effective in efforts to increase service at Crystal Palace Restaurant

Keywords: service and increasing customer satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh pelayanan Restoran Shabu Auce, melalui analisis SWOT tadi akan ditentukan strategi mana yang paling efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif. Model penelitian yang digunakan yakni dengan metode Wawancara mendalam, Observasi dan studi kepustakaan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Peneliti mewawancarai Manajer, supervisor, chef dan captain waiter Restoran Shabu Auce, 2 orang pengamat bisnis restoran, dan 5 tamu Restoran Shabu Auce Wawancara dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh pelayanan Restoran Shabu Auce, serta menentukan strategi pelayanan mana yang paling efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi WO (Weakness Opportunity) dirasa paling tepat dan efektif dalam upaya peningkatan pelayanan di Restoran Shabu Auce.

Kata kunci : pelayanan dan peningkatan kepuasan pelanggan

1. PENDAHULUAN

Kota Semarang mempunyai banyak restoran yang memiliki keunikan tersendiri dari mulai warung tenda, *café*, burjo, warung makan, bahkan restoran berkonsep *all you can eat*. Di Semarang sendiri terdapat beberapa restoran dengan konsep *all you can eat*, antara lain: Shabu-Q Restoran, Hanamasa Restoran, Kobe Garden Restoran, Gang Gang Sullai Restoran dan salah satunya Shabu Auce Restoran. Shabu Auce Restoran ini merupakan restoran yang memiliki konsep *all you can eat* dimana nantinya pelanggan sendiri yang dapat memasak dan juga meracik dengan bahan-bahan yang sudah disediakan sesuai dengan keinginan. Selain jenis makanan daging *barbeque*, nantinya juga ditanyakan untuk memilih kuah apa yang di inginkan. Misalnya kuah tom yum, kuah kaldu ayam, kuah kaldu sapi, atau yang lainnya. Setelah memilih kuah atau sup, nantinya pesanan akan disediakan oleh karyawan untuk kemudian dapat dimasak sendiri dengan sesuka hati dan selera. Tak hanya itu, di Shabu Auce Restoran juga dapat memilih bahan apa saja yang dapat dimakan. Restoran ini banyak menyediakan irisan-irisan daging sapi dengan kualitas yang baik, aneka tahu, bakso, makanan laut (*seafood*), dan juga sayuran. Ada pula banyak saus seperti saus suki, saus goma, dan juga saus ponzu serta *kondimen* untuk menjadikan saus tersebut kaya akan rasa. Lokasinya pun berada di tengah Kota Semarang tak jauh dari Simpang Lima Semarang. Shabu Auce Restoran juga dapat digunakan sebagai tempat untuk berkumpul bersama keluarga, teman, kolega bisnis, acara ulangtahun, *geathering* (pertemuan).

Pegawai yang berkualitas adalah pegawai yang kinerjanya dapat memenuhi target atau sasaran yang ditetapkan oleh perusahaan. Untuk memperoleh pegawai yang memiliki kinerja baik maka diperlukan penerapan kinerja. Ukuran kinerja dapat dilihat dari sisi jumlah dan mutu tertentu sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh organisasi atau perusahaan bentuknya dapat bersifat *tangible* (dapat ditetapkan alat ukurnya atau standarnya), tergantung pada bentuk dan proses pelaksanaan pekerjaan itu. Kinerja yang dihasilkan oleh pegawai dalam suatu perusahaan ditentukan oleh beberapa faktor dan kondisi yang baik itu yang berasal dari dalam diri pegawai ataupun yang berasal dari luar individu. Beberapa kualitas pelayanan yang kurang baik menyebabkan masalah-masalah yang terjadi, seperti respon yang diberikan ketika terjadi makanan belum datang dan harga makanan terlalu mahal dibanding kualitas makanan yang diberikan. Gregoire & Fisher (2008) menyatakan bahwa “pelanggan setia dapat mengambil tindakan ekstrim untuk merugikan perusahaan, dan bahkan menjadi musuh terburuk bagi perusahaan”. “Kegagalan pelayanan juga dapat menjadi kejadian dimana pelanggan melakukan perubahan, dimana banyak dari mereka mengalami reaksi emosional yang kuat menanggapi kegagalan pelayanan dan sesudah itu mereka akan memutuskan apakah mereka akan tetap berhubungan dengan perusahaan tersebut atau tidak”. Shabu Auce Restoran ini meyakini kualitas pelayanan sangat berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mendorong para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi yang saling menguntungkan bukan untuk jangka pendek, melainkan jangka panjang. Ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk mengetahui dan memahami dengan jelas harapan-harapan dan kebutuhan-kebutuhan spesifik pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang nantinya berkontribusi pada terciptanya loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan kunci sukses bagi suatu perusahaan, bukan hanya untuk jangka pendek, tetapi menjadi keunggulan untuk dapat bersaing dengan restoran lain dalam jangka panjang. Pelanggan yang loyal tidak akan mudah terpengaruh atau mudah berpindah ke perusahaan lain.

Berdasarkan latar belakang permasalahan maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana peningkatan pramusaji dalam pelayanan di Restoran Shabu Auce Semarang?
- b. Bagaimana kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce Semarang?
- c. Upaya-upaya apa yang di lakukan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce Semarang?

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Secara harfiah kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono, 2005: 195). Pada dasarnya, kepuasan Tamu itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan Tamu, dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi

(Nasution, 2005). (dalam Tjiptono, 2005) mengatakan kepuasan itu terlihat dari respon Tamu terhadap evakuasi ketidak sesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal (atau setelah kinerja tertentu) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemerolehan produk.

Kepuasan tamu adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2005). Adapun indikator-indikator dari kepuasan Tamu dalam penelitian ini adalah:

- a. Kenyamanan yang dirasakan tamu pada saat pelayanan diberikan.
- b. Keyakinan tamu atas pelayanan yang diberikan.
- c. Minat untuk slalu menggunakan jasa.
- d. Perasaan puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh keryawan.

2.2 Pengertian Jasa dan Pelayanan

Menurut kotler (2002: 486) “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produknya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik”. Menurut Zeithaml dan Bitner (2000: 3) yang dikutip dalam Buchari Alma (2000:204) menyatakan ”Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan berupa produk fisik. Biasanya dikonsumsi secara bersamaan seiring dengan produksinya, dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai atau kesehatan) yang pada intinya bersifat tidak berwujud bagi pembeli”.

Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain dan pada dasarnya tidak terwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler, 2005).

Selanjutnya menurut Kotler, Bowen, Makens (dalam Samuel, 2007)

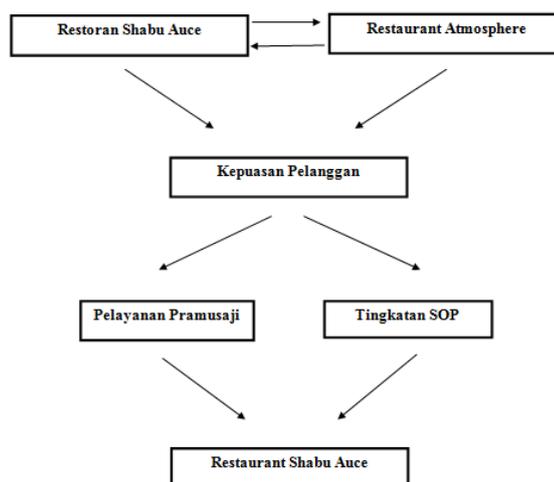
Terdapat 4 karakteristik pelayanan yaitu:

- a. Tidak terwujud (intangibility)
- b. Tidak dapat dipisahkan (inseparability)
- c. Berubah-ubah (variability)
- d. Tidak tahan lama (perishability)

2.3 Standart Oprational Prosedur

Menurut Tjipto Atmoko (2012), Standart Operasional Prosedur merupakan suatu pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai denga fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif dan prosedural sesuai tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit kerja yang bersangkutan.

2.2 Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

3. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah dengan metode kualitatif. Obyek penelitian ini dilaksanakan dalam ilmu-ilmu tentang perhotelan bidang ekonomi perhotelan pada umumnya yang akan

mencakup bidang sumber daya manusia yang dipusatkan pada peranan pramusaji dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce Semarang. Sesuai dengan permasalahan yang diteliti, yaitu mengenai peranan pramusaji dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce Semarang. maka metode yang sesuai untuk penelitian ini adalah kualitatif dengan mengadakan observasi secara langsung ke tempat atau obyek yang telah ditentukan, mengadakan wawancara secara langsung dengan menelaah dokumen untuk mengetahui fenomena atau sumber permasalahan yang terjadi. Data Primer pada penelitian ini didapatkan dari :

- a) Pramusaji di Restoran Shabu Auce Semarang, untuk mendapatkan informasi mengenai pelayanan yang mereka lakukan.
- b) Pramusaji Shabu Auce Semarang, untuk mendapatkan informasi tentang kepuasan pelanggan.
- c) Pramusaji di Restoran Shabu Auce Semarang, untuk mendapatkan informasi mengenai upaya-upaya yang mereka lakukan dalam meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Peneliti melakukan sampling kepada informan yang mengetahui dan memahami tentang pelayanan dan kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce Semarang. Ada beberapa narasumber untuk penelitian antara lain:

- a. Pramusaji di Restoran Shabu Auce Semarang (3 orang)
- b. Manager Restoran Shabu Auce Semarang (1 orang)
- c. Pelanggan di Restoran Shabu Auce Semarang (5 orang)

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Restoran Shabu Auce Semarang terletak di Jl. Gajah Mada, Kota Semarang, lokasinya yang sangat strategis karena berada di pusat Kota Semarang dan dekat dengan Simpang Lima Semarang. Shabu Auce atau istilah yang kita kenal sebagai shabu-shabu adalah makanan Jepang jenis *nabemono* berupa irisan sangat tipis daging sapi yang dicelup ke dalam panci khusus berisi air panas di atas meja makan, dan dilambai-lambaikan di dalam kuah untuk beberapa kali sebelum dimakan bersama saus (*tare*) mengandung wijen yang disebut *gomadare* atau *ponzu*. Di dalam panci biasanya juga dimasukkan sayur-sayuran, tahu, atau *kuzukiri*.

Restoran Shabu Auce sendiri memiliki motto “*all you can eat*”. Restoran Shabu Auce memiliki konsep restoran yang bertemakan restoran jepang dan terbagi menjadi 2 tempat tersekat serta 2 lantai yang memiliki kapasitas yang berbeda yaitu :

Meja 1 sampai 12 (*kapasitas 42 tamu*)

Meja 13 sampai 32 (*kapasitas 70 tamu*)

Meja 1 sampai 12 di lantai 2 (*kapasitas 42 tamu*)

Mampu menampung hingga 154 orang, jam operasional di restoran Shabu Auce dibagi menjadi dua *shift*, restoran Shabu Auce beroperasi pada pukul 11.00 – 22.00 WIB dan last order pada jam 21.00 WIB. Restoran Shabu Auce menerima reservasi berbagai acara seperti *meeting*, *birthday*, *event*, *gathering* dll. Menggunakan meja yang tersusun untuk 4 dan 2 orang yang bisa langsung memasak bahan makanan yang di ambi di atas meja masing-masing, satu meja untuk 4 orang tersusun atas 4 buah kompor elektrik untuk memasak dan 2 buah kompor elektrik untuk meja yang berisi 2 orang.

Dalam perusahaan terdapat produk-produk yang ditawarkan kepada konsumen, ada perusahaan yang menjual barang yang berwujud, bisa dipegang, dan dirasakan ada juga yang menjual produk jasa. Restoran Shabu Auce sendiri menjual produk yang berwujud seperti makanan dan minuman serta produk jasa berupa pelayanan serta atmosfer dan suasana restoran. Produk berupa makanan yang dijual di Restoran Shabu Auce memiliki kekuatan yang sangat baik, selain terkenal dengan rasanya yang enak, menu di Restoran Shabu Auce juga sangat bervariasi.

Peran pramusaji yang ada di Restoran Shabu Auce sendiri sebenarnya sudah sangat bagus, terdapat 8 pramusaji yang dirasa sudah dapat melayani pelanggan dengan baik dan berbagai variasi jenis hidangan yang ditawarkan di Restoran Shabu Auce dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menikmati makanan dan pelayanan yang diberikan.

Menurut wawancara yang dilakukan peneliti, dengan memadukan hasil dari analisis SWOT dan peninjauan dari segi Segmenting, Targeting dan Positioning di Restoran Shabu auce berikut adalah beberapa hal yang perlu ditambahkan kedalam pelayanan di Restoran Shabu Auce untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

1. Menu Personal dan paket menu personal
2. Promo menu bar
3. Adanya inovasi menu baru yang lebih menarik

4.1 Strategi yang efektif dalam meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce

Dari data diatas, terlihat bahwa Restoran Shabu Auce masih dapat bertahan dengan adanya persaingan antar restoran yang semakin ketat. Restoran Shabu Auce memiliki banyak kekuatan diantaranya adalah kualitas dari pelayanan yang baik dan mampu membuat pelanggan balik dan balik lagi untuk menikmati makanan serta pelayanan yang di berikan.

Dari hasil data matriks SWOT diatas, dapat ditentukan strategi-strategi yang perlu diterapkan oleh Restoran Shabu Auce guna meningkatkan kepuasan pelanggan

1) Strategi SWOT

A. Strategi SO

Mengemas pemasaran yang lebih menarik untuk ditampilkan kepada tamu / pelanggan sekitar pusat Kota Semarang.

Memberikan pelayanan yang dan promosi ke berbagai instansi pemerintahan maupun swasta yang berada di sekitar area pusat Kota Semarang.

Memaksimalkan kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce melalui kenyamanan dan fasilitas yang di berikan.

B. Strategi WO

1. Perbaiki sirkulasi udara di Crystal Palace untuk mengurangi suhu yang terlalu panas, dikarenakan AC sentral yang sudah terinstalasi.

2. Perlu adanya inovasi menu-menu baru termasuk menu personal.

3. Meminimalisir bahan *sold out* dengan perencanaan order yang lebih baik.

4. Perlu adanya karyawan khusus bagian yang memudahkan keluhan pelanggan untuk lebih mudah menampung saran dan masukan.

C. Strategi ST

1. Menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan pelanggan.

2. Menjaga dan meningkatkan pelayanan untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

D. Strategi WT

1. Inovasi menu baru yang mampu menarik kunjungan tamu ke restoran.

2. Menjalin kerjasama yang lebih baik dengan supplier bahan makanan, dan menambah supplier kalau memang diperlukan untuk menanggulangi seringnya terjadi kehabisan stok bahan makanan.

2) Strategi yang efektif

Menurut wikipedia strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan kata efektif menurut kamus besar bahasa indonesia berarti ada efeknya, yang diartikan sebagai suatu pencapaian tujuan secara tepat menggunakan cara-cara yang tepat. Menurut hasil dari analisis SWOT dan tinjauan STP (Segmenting, Targeting, Positioning) penyebab menurunnya penjualan di Restoran Shabu Auce adalah karena sepi tamu non pelanggan tetap, dan faktor-faktor yang menyebabkan sepi pelanggan di Restoran Shabu Auce adalah faktor Weakness / Kelemahan dari Restoran Shabu Auce. Berdasarkan hasil analisis SWOT dan peninjauan STP (Segmenting, Targeting, Positioning), Strategi WO (*Weakness Opportunity*) dirasa paling tepat dan efektif dalam upaya peningkatan kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce. Strategi dengan meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada dirasa mampu menjadi kunci dalam peningkatan penjualan produk di Restoran Shabu Auce agar sesuai dengan keinginan konsumen. Strategi tersebut juga menekankan betapa pentingnya pelayanan yang maksimal dalam mendukung peningkatan kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce.

Dari analisis SWOT strategi WO (*Weakness Opportunity*) dan peninjauan STP (Segmenting, Targeting, Positioning), telah ditentukan Strategi yang efektif dalam meningkatkan pelayanan di Restoran Shabu Auce agar bisa memenuhi kepuasan para konsumen, Strategi tersebut adalah :

1. Lebih mendekatkan diri kepada pelanggan dan peka terhadap keluhan tetap maupun pelanggan baru.

2. Adanya inovasi menu baru yang lebih menarik

Selain dua strategi diatas hal lain yang perlu ditingkatkan guna menunjang kepuasan pelanggan menurut strategi WO (Weakness Opportunity) adalah :

1. Perbaikan sirkulasi udara yang bisa diatur guna mengurangi suhu ruangan yang terlalu panas.
2. Perencanaan yang lebih baik dalam melakukan order bahan bakumakanan
3. Menambah karyawan provेशनal untuk bagian penampungan kritik dan saran agar bisa memaksimalkan pelayanan di Restoran Shabu Auce.

Semua hal diatas telah memperlihatkan bahwa strategi WO (Weakness Opportunity) merupakan strategi yang tepat dan efektif untuk peningkatan pelayanan dan kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce. Diharapkan dengan solusi ini, tingkat kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce dapat naik sehingga Restoran Shabu Auce senantiasa mampu bertahan dan terus maju berkembang sebagai restoran Jepang yang dikenal di Kota Semarang.

<p style="text-align: center;">IFAS</p>	<p>STRENGTHS (S) Bahan baku produk berkualitas Rasa masakannya terkenal enak Pelayanan yang baik dan memuaskan Menu yang hahal tidak mengandung babi dan alkohol Pilihan menu banyak dan bervariasi Harga menu yang tidak terlalu mahal untuk kelasnya, sudah termasuk tax and service Lokasi yang strategis berada di dekat pusat Kota Semarang Tempat makan yang indah dan nyaman berornamen autentik Jepang Mempunyai VIP room</p>	<p>WEAKNESS (W) Tidak adanya menu dimsum yang sering dicari tamu Suhu ruangan sedikit panas Ada beberapa menu yang sering sold out karena kehabisan stok bahan makanan tertentu Inovasi menu yang kurang Tidak adanya menu personal Tidak memiliki bagian marketing sendiri</p>
<p>IFAS</p> <p>OPPORTUNITY (O) Memiliki banyak pelanggan Lokasi yang strategis berada di sekitar pusat perkantoran dan dekat dengan pusat Kota Semarang Karena Memiliki ruang vip dan tempat yang cukup luas disertai menu yang bervariasi, sangat berpeluang untuk acara-acara berskala kecil. Inovasi – inovasi menu masih bisa dikembangkan karena memiliki peralatan yang lengkap dan juru masak berbakat Pemasaran melalui media cetak maupun sisial media yang lebih bisa dimaksimalkan</p>	<p>STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang : Mengemas pemasaran yang lebih menarik untuk ditampilkan kepada tamu Pemasaran produk yang lebih agresif ke berbagai instansi pemerintahan maupun swasta yang berada di sekitar area Pusat Kota Semarang Memaksimalkan pemasaran produk Restoran Shabu Auce lebih luas melalui sosial media secara aktif dan konsisten</p>	<p>STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang : Perbaiki sirkulasi udara di Shabu Auce untuk menambah suhu yang terlalu panas, dikarenakan AC sentral yang sudah terinstalasi tidak bisa diganti Perlu adanya inovasi menu-menu baru termasuk menu personal Meminimalisir bahan sold out dengan perencanaan order yang lebih baik Perlu adanya karyawan khusus bagian marketing supaya pemasaran lebih maksimal dan karyawan bagian service lebih bisa fokus dengan pelayanan</p>
<p>THREATH (T) Restoran-restoran baru yang ada di kota Semarang dengan berbagai inovasi menu nya yang kekinian Ada beberapa restoran-restoran Jepang yang sekelas dengan Shabu Auce berada di area sekitar Simpang Lima Semarang Berdirinya restoran-restoran <i>all you can eat</i> baru di sekitar lokasi Simpang Lima Semarang</p>	<p>STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman: Menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan pelanggan Menjaga kualitas dan rasa produk agar tidak kalah bersaing</p>	<p>STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman: Inovasi menu baru yang mampu menarik kunjungan tamu ke restoran Menjalin kerjasama yang lebih baik dengan suplier bahan makanan, dan menambah suplier kalau memang diperlukan untuk menanggulangi suplay bahan makanan yang sering kosong.</p>

Gambar 2. Matrik SWOT

5. Kesimpulan

1. Restoran Shabu Auce memiliki kekuatan yang baik dalam menghadapi persaingan bisnis restoran di Kota Semarang, cita rasa yang terkenal enak dan bahan makanan yang berkualitas adalah ciri khas Restoran Shabu Auce, variasi menu yang banyak, pilihan paket yang bisa disesuaikan, mempunyai interior ruangan yang bagus, harga yang relatif tidak terlalu mahal, menu yang dapat dikategorikan halal juga merupakan suatu nilai lebih yang sangat menunjang Restoran Shabu Auce mengingat sebagian besar warga negara Indonesia beragama muslim.
2. Restoran Shabu Auce memiliki peluang yang sangat bagus, berada di pusat Kota Semarang, membuat Restoran Shabu Auce memiliki akses promosi ke tamu hotel dan pelanggan kantor di sekitar pusat Kota Semarang. Lokasi Restoran Shabu Auce yang strategis berada di Jalan Pemuda 118 serta berada di kompleks pusat Kota Semarang yang terhubung dengan Paragon Mall Semarang menjadikan akses ke Restoran Crystal Palace sangat mudah dijangkau dan ditemukan.
3. Peninjauan melalui Segmenting, Targeting, dan Positioning, Restoran Shabu Auce sudah memiliki Segmenting, Targeting, dan Positioning yang baik sebagai landasan dalam penyusunan strategi produk dan perencanaan pemasaran, Restoran Shabu Auce hanya perlu mengatasi segala kelemahan yang dimiliki untuk memperkuat produk dan menunjang pelayanan yang lebih maksimal.
4. Bauran Produk yang dimiliki Restoran Shabu Auce sudah baik dan bervariasi, melalui penelitian ini dapat ditentukan bauran produk apa yang perlu ditambahkan supaya mampu menjawab keinginan para konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce.
5. Strategi Produk yang paling tepat untuk diterapkan di Restoran Shabu Auce berdasarkan analisa dari Matriks SWOT dan Peninjauan STP (Segmenting, Targeting, Positioning) adalah dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh Restoran Shabu Auce dan memanfaatkan peluang yang dimiliki Restoran Shabu Auce, berbagai perbaikan, perubahan dan penambahan perlu dilakukan oleh Restoran Shabu Auce guna meningkatkan playanya, mulai dari inovasi menu – menu baru, penambahan menu personal, serta adanya bagian penilaian akan kepuasan pelanggan yang mampu melihat segala peluang yang dimiliki Restoran Shabu Auce dalam memasarkan produk makanan Restoran Shabu Auce.

6. Saran

1. Penulis berharap Restoran Shabu Auce senantiasa menjaga dan meningkatkan kekuatan – kekuatan yang dimiliki oleh Restoran Shabu Auce dan meminimalkan segala kelemahan - kelemahan yang ada.
2. Restoran Shabu Auce memiliki peluang yang sangat bagus namun persaingan bisnis hotel dan restoran di Kota Semarang kini semakin ketat dengan banyak berdirinya hotel dan restoran baru. Saran dari penulis adalah supaya Restoran Shabu Auce bisa memanfaatkan peluang yang ada dengan maksimal dan menghindari segala ancaman yang ada dengan selalu menjaga kualitas yang dimiliki dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.
3. Dalam penelitian ini penulis melalui analisis SWOT telah menemukan beberapa produk yang mampu melengkapi bauran produk yang dimiliki oleh Restoran Shabu Auce agar sesuai dengan keinginan para tamu, menjaga originalitas produk memang diperlukan, akan tetapi Restoran Shabu Auce juga perlu menjaga pelayanan demi kepuasan pelanggan di Restoran Shabu Auce semakin membaik.
4. Melalui analisis SWOT dan tinjauan STP, telah diketahui bahwa strategi WO (Weakness Opportunity) merupakan strategi yang paling tepat dan efektif dalam upaya peningkatan pelayanan di Restoran Shabu Auce, penulis berharap Restoran Shabu Auce dapat mempelajari strategi WO (Weakness Opportunity) melalui penelitian ini dan menerapkan hal – hal yang perlu diterapkan menurut Restoran Shabu Auce guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd, Rachman Arief. (2005). *Pengantar Ilmu Perhotelan dan Restoran*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Alwasilah, Chaedar A. (2002). *Pokok Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Dunia Pustaka Jaya

- Atmoko, Tjipto. 2012. *Standar Operasional Prosedur (SOP) dan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah*. Jakarta
- Departemen Pendidikan Nasional, 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga*. Balai Pustaka, Jakarta <https://doi.org/10.17510/wjhi.v11i2.165>
- Hashim, F. A., Bibon, M. A., and Abdullah, R. P. S. R. (2011). *Restaurant's atmospheric elements: what the customer wants*. *Journal of Asian Behavioral Studies*, 1 (2). <https://doi.org/10.21834/jabs.v2i2.182>
- J.Moleong, Lexy.2014. *Metode Penelitian Kualitatif* , Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Kotler, Philip, 2000. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, terj : Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9, Jilid 1 dan 2, PT Prenhalindo, Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jilid 1. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta
- Marsum. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Mueller, P. (2001). *Success By Design: Restaurant Environment Just As Crucial As Good Food, Prompt Service*. New York: Nation's Restaurant News.
- Nasution, M, N., 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Ghalia Indonesia: Bogor
- Parpal, M. (2013). *How to Create a Restaurant Concept*. foodservicewarehouse.com. Retrieved from: <http://www.foodservicewarehouse.com/education/how-to-start-a-restaurant/how-to-create-a-restaurant-concept/c28302.aspx>
- Robson, S. (2013, November). *Implications; Strategies for Designing Effective Restaurants*. Retrieved from : www.informedesign.umn.edu
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sulastiyono (2011:6), *Pengertian hotel menurut SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi*. No. KM 37/PW. 340/MPPT-86
- Tjiptono, Candra. 2005. *Service Quality*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turley, L.W., and Milliman, R.E. 2000. Atmospheric effects on shopping behaviour: a review of the experimental evidence. *Journal of Business Research*, 49(2), Vol: 193-211. [https://doi.org/10.1016/s0148-2963\(99\)00010-7](https://doi.org/10.1016/s0148-2963(99)00010-7)
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2014 Tentang *Standar Usaha Restoran* <https://doi.org/10.31219/osf.io/8e6an>
- Zeithaml, Valerie A and Mary Jo Bitner. 2000. *Service Marketing*. Singapore: Mc Graw-Hill Companies Inc.: 3-287