

STRATEGI PRODUK UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN DI RESTORAN NOBLE COURT GUMAYA TOWER HOTEL

Edo Ilhamanuddin

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh produk Restoran Noble Court, melalui analisis SWOT tadi akan ditentukan strategi mana yang paling efektif untuk meningkatkan penjualan produk di Restoran Noble Court. 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, executive chef dan captain waiter Restoran Noble Court, 2 Orang pengamat bisnis restoran, dan 5 tamu Restoran Noble Court. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh produk Restoran Noble Court, serta menentukan strategi produk mana yang paling efektif untuk meningkatkan penjualan di Restoran Noble Court. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi WO (Weakness Opportunity) dirasa paling tepat dan efektif dalam upaya peningkatan penjualan di Restoran Noble Court.

Kata Kunci : Peluang, Kelemahan, Kekuatan

Abstract. This study aims to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats possessed by Noble Court Restaurant products, through the SWOT analysis, it will be determined which strategies are most effective to increase product sales at Noble Court Restaurant. This study uses a qualitative approach. The research model used is the method of in-depth interviews, observations and literature studies conducted systematically based on research objectives. Researchers interviewed the Manager, supervisor, executive chef and captain waiter of the Noble Court Restaurant, 2 observers of the restaurant business, and 5 guests of the Noble Court Restaurant. Interviews were conducted to get a clear picture of the strengths, weaknesses, opportunities and threats possessed by Noble Court Restaurant products, and determine which product strategies were most effective in increasing sales at Noble Court Restaurants. The results showed that the WO (Weakness Opportunity) strategy was felt to be the most appropriate and effective effort to increase sales at Noble Court Restaurant.

Keywords: Opportunities, Weaknesses, Strengths

PENDAHULUAN

Kota Semarang populer dijadikan sebagai kota wisata singgah bagi wisatawan asing maupun domestik yang hendak menuju daerah lainnya melalui Bandara Ahmad Yani Semarang. Salah satu yang membuat pariwisata di kota Semarang sangat bergairah adalah wisata kulinernya, adanya keberagaman budaya dan etnis yang ada di kota Semarang, menyebabkan perbedaan pola hidup termasuk jenis makanan yang dikonsumsi, hal tersebutlah yang menciptakan beragamnya jenis kuliner di kota Semarang.

Salah satu faktor yang mempengaruhi usaha kuliner di kota Semarang adalah keaneka ragaman budaya, salah satunya adalah budaya cina yang cukup melekat kuat berdampingan dengan budaya lain di kota Semarang, tidak sedikit kuliner khas tiongkok yang bisa kita temukan di kota Semarang, mulai dari hidangan kaki lima hingga restoran bintang lima semuanya tersaji lengkap di kota Semarang.

Di Semarang sendiri, salah satu restoran besar yang sudah cukup tersohor dengan kualitasnya adalah Noble Court Chinese Cuisine yang merupakan restoran cina di salah satu hotel berbintang lima di kota Semarang yaitu Gumaya Tower Hotel. Berdiri sejak tahun 2008, Noble Court merupakan salah satu restoran cina berkelas yang sangat terkenal di kalangan pecinta kuliner kota Semarang.

Sebagai salah satu syarat berdirinya hotel bintang lima adalah adanya restoran tematik, dalam hal ini Gumaya Tower Hotel memilih restoran tematik cina yaitu restoran Noble Court, memiliki satu *dining hall* besar dan 3 *VIP room* yang keseluruhan mampu menampung kurang lebih 240 tamu. Tempatnya yang *exclusive* dan menu hidangannya yang berkelas membuat Noble Court sering dijadikan sebagai tempat untuk penjamuan tamu - tamu penting dan orang - orang terkenal mulai dari para artist sampai pejabat dalam negeri maupun tamu penting dari luar negeri.

KAJIAN TEORI

Teori Strategi

Strategi didefinisikan oleh David (2002) sebagai cara untuk mencapai jangka panjang. Strategi bisnis dapat termasuk perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan, divestasi, likuidasi dan usaha

patungan. Pengertian mengenai strategi telah banyak dikemukakan oleh para ahli manajemen strategi di antaranya Jauch dan Glueck (1999) mengemukakan bahwa: Strategi adalah suatu rencana, yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan unggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan Menurut Kotler, dalam bukunya yang berjudul Marketing insight from A to Z (2003) mengemukakan bahwa strategi adalah perekat yang bertujuan untuk membangun dan memberikan proposisi nilai yang konsisten dan membangun citra yang berbeda kepada pasar sasaran.

Analisis SWOT

Untuk membuat suatu rencana kita harus mengevaluasi faktor eksternal maupun internal. Internal faktor-faktor haruslah menghasilkan adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh suatu organisasi, serta mengetahui kelemahan (*weaknesses*) yang terdapat pada organisasi itu. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat mengetahui kesempatan (*opportunity*) yang terbuka bagi organisasi serta dapat mengetahui pula ancaman (*treath*) yang dialami oleh organisasi yang bersangkutan. Analisis untuk mengetahui *strength*, *weaknesses*, *opportunity*, dan *treath* sering disebut analisis SWOT yang merupakan singkatan dari keempat hal tersebut (Gitosudarmo, 2000).

Konsep dasar pendekatan SWOT tampaknya sederhana, yaitu apabila kita mengetahui kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) organisasi kita dan mengetahui peluang (*opportunity*) dari luar organisasi yang menguntungkan serta ancaman (*treath*) di dalam organisasi yang merugikan organisasi atau perusahaan kita. (Salusu, 2000) tentang matriks SWOT menggunakan beberapa strategi, yaitu:

1. Strategi S.O, yaitu memanfaatkan peluang yang ada dengan keunggulan organisasi (*comparative advantage comparative*)
2. Strategi S.T, yaitu memobilisasi beberapa keunggulan untuk mencapai sasaran (*mobilization*)
3. Strategi W.O, yaitu memilih faktor mana yang dipacu dan faktor mana yang ditunda (*investmen/divestmen*) Strategi W.T, yaitu perlu kehati-hatian atau kewaspadaan dalam mencapai sasaran (*damage control*)

Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial yang di dalamnya individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain". Menurut Keegan (2001) menyatakan bahwa: "Pemasaran adalah suatu proses yang berfokus pada sumber daya manusia dan bertujuan memanfaatkan peluang-peluang pasar secara global".

Menurut Saladin (2003) berpendapat bahwa "Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dari individu dan kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (nilai) produk dengan yang lain".

Dengan demikian, dari definisi yang ada di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk mendistribusikan barang dan jasa yang bertujuan memuaskan keinginan dan mencapai sasaran serta tujuan dalam organisasi dalam lingkup pemasaran tersebut.

Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah merupakan usaha untuk mengelompokkan pasar, dari pasar yang bersifat heterogen menjadi bagian-bagian pasar yang memiliki sifat homogen. (Indriyo, 1994). Segmentasi pasar merupakan cara untuk membagi pasar melalui beberapa dasar pengelompokan antara lain Segmentasi Demografis, Geografis, Psikografis, Perilaku, Manfaat atau Multisegmen.

Segmentasi pasar (*market segmentation*) dapat dirumuskan sebagai suatu proses dimana pemasar menempatkan kelompok pasar yang berbeda-beda (*heterogeneous*) kedalam satu kelompok yang memiliki kesamaan (*homogeneous*), (Amirullah, 2002). Tujuan dari segmentasi pasar adalah mengembangkan keunikan terhadap program pemasaran yang disesuaikan dengan karakteristik pasar. Tindakan ini diambil dalam rangka memenuhi harapan konsumen yang menginginkan sesuatu yang unik dibandingkan yang sudah ada.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian deskriptif-kualitatif dengan pendekatan SWOT. Menurut Marzuki (2005) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan kondisi obyek tanpa adanya hipotesis. Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif maka data yang diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik. Selanjutnya dijelaskan oleh Sugiyono (2009) bahwa pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan/triangulasi. Noble Court terletak di dalam lantai 2 Gumaya Tower Hotel, Lokasi Gumaya Tower Hotel berada di Jl. Gajah Mada no 59-61 Kota Semarang. Lokasi gedung Gumaya Tower Hotel sangat strategis sekali, berada di pusat kota dan sangat dekat dengan pusat keramaian yaitu kawasan Simpang Lima Kota Semarang, banyak sekali perkantoran dan *shopping centre* di sekitar Jl. Gajah Mada, membuat restoran Noble Court memiliki target pasar yang sangat beragam dan dari berbagai kalangan maupun usia, Gumaya Tower Hotel juga memiliki lahan parkir yang sangat luas dan akses yang sangat mudah dijangkau, bangunan hotel yang menjulang tinggi juga sangat mencolok dan menarik perhatian

HASIL PENELITIAN

Kekuatan dan kelemahan produk di restoran Noble Court Gumaya Tower Hotel dalam persaingan tingkat penjualan produk

1) Kekuatan / Strengths

a. Bahan baku produk berkualitas

Restoran Noble Court menggunakan bahan berkualitas terbaik dari suplier kepercayaan Gumaya Tower Hotel, dengan sistem FIFO (First In First Out) harian untuk bahan baku segar, bahkan beberapa bahan nya di import langsung dari China dari beberapa merek saos yang memang sudah terkenal kualitasnya di negri tirai bambu seperti *Meiwe* dan *Lianghao* yang memang sudah terkenal dengan racikan *5 spices* yang bahan baku autentik nya hanya bisa didapatkan di china, Restoran Noble Court menggunakan jasa suplier bahan masakan import yang sama dengan dengan beberapa restoran China terkenal seperti Holliday, Crystal Palace dan Xiang Hyun dengan penyesuaian resep khusus agar tetap bisa menjaga cita rasa produk di Restoran Noble Court.

b. Rasa masakannya terkenal enak

Sudah 10 tahun beroperasi, Restoran Noble Court tentunya sudah memiliki pengalaman yang matang dalam menyajikan sebuah hidangan agar dapat memuaskan keinginan para tamu, dengan SOP yang selalu terjaga.

c. Pelayanan yang baik dan memuaskan

Para pelayan di Restoran Noble Court sudah dilatih untuk melayani dengan hangat bagaikan melayani keluarga sendiri, tidak heran jika para tamu sering memuji pelayanan di Restoran Noble Court.

d. Menu yang halal tidak mengandung babi

Produk makanan dan minuman yang dijual di Restoran Noble Court dapat dipastikan bebas dari bahan makanan yang mengandung babi dan peraturan *NO PORK* ini berlaku pada semua departemen di Gumaya Tower Hotel, adapun beberapa alkohol tradisional china dan hidangan sirip ikan hiu dimasak dan disajikan menggunakan peralatan yang terpisah. Restoran Noble Court memang tidak memiliki sertifikat HALAL dari MUI akan tetapi Restoran Noble Court menggunakan jasa supplier yang sama untuk bahan bakunya dari Sulaiman Restoran yang ada di Jakarta dan Bali, Sulaiman Restoran sendiri adalah restoran chinese dengan menu Halal yang sudah terkenal selama belasan tahun, merupakan cabang restoran dari Sulaiman Group yang ada di Xianjian, China. Xianjian sendiri adalah suatu wilayah di China yang sebagian besar penduduknya adalah Muslim, untuk menggantikan citarasa gurih dari babi di saos, rakyat di Xianjian menggunakan domba dan kambing sebagai bahan utama kunci kelezatan hidangan mereka, sedangkan cita rasa dari alkohol arak mereka ganti dengan fermentasi dari jamur dan tebu yang sudah teruji tidak beralkohol, pengolahan berbagai sausnya pun dijamin halal dikarenakan dikerjakan oleh muslim dengan syariat yang berlaku.

e. Pilihan menu banyak dan bervariasi

Pilihan menu yang ditawarkan sangat bervariasi, ada lebih dari 100 jenis makanan yang ditawarkan dalam buku menu, mulai dari berbagai soup, sayuran, daging sapi, ayam, seafood, aneka ikan air tawar dan asin, aneka mie dan nasi sampai aneka menu

penutup dan es, semuanya ditawarkan dalam tiga pilihan menu yaitu *small, medium dan large*

f. Harga menu yang tidak terlalu mahal untuk kelasnya

Harga menu yang ada di Restoran Noble Court bervariasi mulai dari 25.000,- sampai 1.500.000,- per menu, dan harga paket menu komplit 7-9 hidangan mulai dari 100.000,- sampai 250.000,- per orang nya menu paket minimal untuk 4 orang sampai maksimal 10 orang per meja dan harga tersebut sudah termasuk *Tax and Service*.

g. Lokasi yang strategis berada di dalam hotel bintang lima

Lokasi Restoran Noble Court yang sangat strategis berada di Gumaya Tower Hotel membuat Restoran Noble Court mempunyai pelanggan yang merupakan pelanggan hotel juga, selain itu lokasi Gumaya Tower Hotel yang berada dekat dengan pusat Kota Semarang dan pusat keramaian juga menjadi nilai tambah yang sangat menunjang bagi Restoran Noble Court, selain itu Gumaya Tower Hotel juga mempunyai akses yang mudah dijangkau dan parkir yang luas.

h. Tempat makan yang indah dan nyaman berornamen autentik china

Dekorasi dari noble court tertata sangat indah dan rapi di lantai dua Gumaya Tower Hotel, Menggunakan warna dominan merah keemasan yang khas sekali dari negeri tirai bambu, furnitur yang digunakan pun bergaya china, alat makan sebagian besar menggunakan porceline keramik berkualitas dari brand ternama Narumi, ornamen dan hiasan pun dipenuhi dengan berbagai lampion, berbagai lukisan khas china, berbagai lukisan batu giok, berbagai keramik hias dan patung khas china pun tambah mempercantik ruangan di Restoran Noble Court, diiringi alunan instrument khas china semakin menambah keindahan di Restoran Noble Court, sisi depan Restoran Noble Court adalah dinding kaca yang langsung tembus ke lobi dan lantai satu Gumaya Tower Hotel membuat suasana di Restoran Noble Court nampak luas dan tidak pengap.

i. Mempunyai VIP room dengan berbagai kapasitas

Restoran Noble Court mempunyai 3 VIP Room dengan kapasitas 10,20 dan 40 orang, terdapat juga sofa dan meja keluarga di setiap VIP Room, dan untuk pemakaian VIP Room tidak dikenakan biaya tambahan, syaratnya cukup memesan menu paket

atau membeli makanan di Restoran Noble Court minimal 2.000.000,-. Ruangannya terpisah dan cukup kedap suara dari luar ruangan.

2) Kelemahan / Weakness

A. Tidak adanya menu dimsum yang sering dicari tamu

Dimsum merupakan salah satu menu khas china yang sangat digemari banyak orang, istilah dimsum sudah sangat melekat dengan label restoran china, makanya tak heran jika banyak tamu dari Restoran Noble Court yang menanyakan menu dimsum, menu dimsum dihapus dari daftar menu di Restoran Noble Court sejak tahun 2014 dikarenakan beberapa faktor yang mana pihak manajemen Restoran Noble Court tidak bisa memberitahukan alasannya, padahal menurut beberapa tamu *All You Can Eat* Dimsum di Restoran Noble Court dulu sangat populer sekali.

B. Suhu ruangan tidak bisa diatur sesuai kebutuhan karena menggunakan AC sentral

Restoran Noble Court terkoneksi dengan Grand Ball Room di lantai dua Gumaya Tower Hotel dan menggunakan AC sentral yang suhunya sudah di set, dikarenakan Restoran Noble Court yang memiliki ruang yang sangat tertutup dan langit-langit yang tidak setinggi ballroom, membuat suhu ruangan di Restoran Noble Court menjadi terlalu dingin ketika kondisi resto tidak terlalu ramai, Restoran Noble Court sendiri sangat lemah dalam penjualan ala carte dan lebih ramai ke acara-acara kecil, jadi saat sedang tidak ada acara, dan tamu yang makan hanya satu atau dua meja, menyebabkan suhu ruangan terlalu dingin untuk tamu, sistem ventilasi keluar masuk sirkulasi udara pun susah untuk dibongkar, dikarenakan tepat diatas Restoran Noble Court adalah kolam renang Gumaya Tower Hotel.

C. Ada beberapa menu yang sering *sold out* karena kehabisan stok bahan makanan tertentu.

Restoran Noble Court menggunakan bahan-bahan berkualitas dalam pengolahan produk makanannya, beberapa bahan seperti saos dan bahan makanan yang tidak dijumpai di Indonesia seperti Alaska King Crab, Hokaido King Scallop, dan beberapa jenis jamur, diimport langsung dari luar negeri. Dikarenakan jarak tempuh yang tidak dekat dan persediaan dari supplier yang kosong membuat beberapa bahan seringkali habis dan terpaksa harus dinyatakan *sold out*, order dalam jumlah yang banyak pun

dibatasi dikarenakan penjualan di Restoran Noble Court yang tidak menentu serta Restoran Noble Court juga ingin menjaga kualitas bahan agar tidak terlalu lama disimpan, beberapa bahan lain yang berasal dari lokal yang sering habis adalah bahan – bahan segar seperti kerapu hidup atau gurami hidup serta beberapa sayuran organik.

D. Inovasi menu yang kurang

Banyak tamu yang mengatakan bahwa hidangan di Restoran Noble Court itu – itu saja, memang hidangan menu di Restoran Noble Court sejak berdiri pada tahun 2008 sampai sekarang tidak mengalami perubahan yang berarti, perubahan hanya berupa penambahan bahan utama hidangan seperti alaska king crab, kepiting soka dll, sedangkan untuk berbagai teknik memasak dan bumbu yang digunakan hampir sama saja menurut para tamu, hal ini dikarenakan Restoran Noble Court tetap ingin menjaga warisan resep original dari *Executive Chef* Restoran Noble Court yang terdahulu, yang kini beliau sudah tidak bekerja di Restoran Noble Court.

E. Tidak adanya menu personal

Menu di Restoran Noble Court terbagi menjadi 3 Porsi, porsi *Small* (1-4 orang) porsi *Medium* (4-7 orang) dan *Large* (7-10 orang), banyak tamu hotel yang menyarankan untuk adanya menu personal karena dirasa menu porsi yang ada terlalu banyak untuk satu orang dan tidak bisa memilih banyak menu jika *budget* terbatas, mungkin faktor inilah yang menyebabkan ala carte di Restoran Noble Court cenderung sepi. Tidak memiliki bagian marketing sendiri

Restoran Noble Court tidak memiliki bagian marketing sendiri, pemasaran biasanya dilakukan oleh manajer, supervisor dan karyawan Restoran Noble Court sendiri, bahkan *waiter* dan *waitress* di Restoran Noble Court sudah mendapatkan materi tentang mem follow up tamu yang melakukan reservasi. Hal tersebut tentunya kurang memaksimalkan pemasaran di Restoran Noble Court dan juga bisa mengganggu kinerja *waiter* atau *waitress*

Peluang dan ancaman terhadap produk di restoran Noble Court Gumaya Tower Hotel dalam persaingan tingkat penjualan produk

1) Peluang / Opportunity

A. Memiliki banyak pelanggan termasuk pelanggan Gumaya Tower Hotel

Sudah beroperasi selama 10 tahun dengan *image* yang baik, Restoran Noble Court dan Gumaya Tower Hotel tentunya memiliki banyak sekali pelanggan baik pelanggan domestik maupun pelanggan dari luar negeri dan terus bertambah setiap tahunnya.

B. Lokasi Hotel Gumaya yang strategis berada di sekitar pusat perkantoran dan dekat dengan pusat Kota Semarang yaitu Simpang Lima

Terletak di Jalan Gajah Mada, membuat akses menuju Gumaya Tower Hotel sangat mudah ditemukan dan dijangkau, bahkan bangunan hotel serta logo nama Gumaya Tower Hotel terlihat megah dan menarik dari ruas Jalan Pemuda, dekat dengan pusat Kota Semarang yaitu Simpang Lima, serta berbagai perkantoran baik instansi pemerintahan maupun swasta juga berada di lokasi sekitar area tersebut, membuat peluang Gumaya Tower Hotel dan Restoran Noble Court terbuka sangat lebar bagi tamu perseorangan ataupun group – group dari berbagai instansi yang hanya sekedar makan siang ataupun mengadakan acara sejenis *meeting dan gathering*.

C. Karena Memiliki ruang vip dan hall yang luas disertai paket –paket menu yang bervariasi, sangat berpeluang untuk acara-acara berskala kecil.

Restoran Noble Court mempunyai satu Dining Hall yang mampu menampung 150 tamu dan 3 VIP Room dengan kapasitas 20,20 dan 40 tamu, Restoran Noble Court juga memiliki berbagai paket menu untuk berbagai acara yang mana menunya dan harganya bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan tamu dengan standart yang tetap terjaga, tempat yang nyaman dan indah juga sangat menarik perhatian untuk tamu berfoto – foto, reservasi untuk acara juga tidak dibatasi waktu, normalnya sebuah reservasi mengikuti jam operasional Restoran Noble Court yaitu 4 jam pada siang hari pada waktu 10.00 AM - 02.00 PM dan 06.00 PM - 10.00 PM pada sore hari, namun jika tamu menghendaki acara bisa dipersiapkan pada satu jam sebelum ataupun sampai satu jam sesudah jam operasional Restoran Noble Court.

D. Inovasi – inovasi menu masih bisa dikembangkan

Inovasi-inovasi menu yang lebih kreatif dan menarik bisa lebih di kembangkan dan ditingkatkan menyesuaikan dengan selera tamu dari masa ke masa, dikarenakan Restoran Noble Court memiliki juru-juru masak yang berbakat dibidangnya serta memiliki berbagai peralatan dapur yang komplit dan bahan makanan yang sangat bergam tentunya resep - resep menu baru yang menarik seharusnya bisa selalu dikreasikan guna memenuhi tuntutan keinginan para tamu di Restoran Noble Court.

E. Pemasaran melalui media cetak maupun sosial media yang lebih bisa dimaksimalkan

Pemasaran melalui media sosial seperti Instagram, Facebook dan Twitter lebih bisa ditingkatkan mengingat Restoran Noble Court memiliki display ruangan dan presentasi makanan yang sangat indah dan menarik.

2) Ancaman / Threat

A. Restoran-restoran baru yang ada di kota Semarang dengan berbagai inovasinya yang kekinian

Banyaknya usaha-usaha kuliner baru di Kota Semarang dengan berbagai inovasi produknya yang sangat menarik tentunya bisa menjadi ancaman bagi Restoran Noble Court, terutama restoran – restoran yang mengusung konsep dan tema yang sama dengan Restoran Noble Court

B. Ada beberapa restoran-restoran china yang sekelas dengan Noble Court berada di area sekitar Hotel Gumaya Tower

Di area sekitar Gumaya Tower Hotel sendiri terdapat banyak restoran, bahkan dalam jarak radius kurang dari setengah kilometer terdapat 3 restoran dengan kelas dan tema yang sama dengan Restoran Noble Court yaitu Restoran Palace dan Restoran Crystal Palace di Crown Plaza Hotel.

C. Berdirinya hotel-hotel baru di sekitar lokasi Gumaya Tower Hotel

Berdirinya hotel - hotel baru yang berada di sekitar area Gumaya Tower Hotel tentunya menjadi ancaman tersendiri bagi Gumaya Tower Hotel dan Restoran Noble Court, menurunnya tamu yang menginap di Gumaya Tower Hotel, bisa mempengaruhi kunjungan tamu ke Restoran Noble Court, dikarenakan sebagian besar tamu Restoran Noble Court adalah tamu Gumaya Tower Hotel.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang “Strategi Produk Untuk Peningkatan Penjualan Produk di Restoran Noble Court Gumaya Tower Hotel”, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Restoran Noble Court 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 Noble Court, variasi menu yang banyak, pilihan paket yang bisa disesuaikan, mempunyai interior ruangan yang bagus serta mempunyai VIP room, harga yang relatif tidak terlalu mahal, menu yang dapat dikategorikan halal juga merupakan suatu nilai lebih yang sangat menunjang Restoran Noble Court mengingat sebagian besar warga negara Indonesia beragama muslim.

Restoran Noble Court juga memiliki banyak kelemahan yang membuat *ala carte* di Restoran Noble Court cenderung sepi. Mulai dari suhu ruangan yang terlalu dingin dan tidak bisa dikontrol, menu yang sering *sold out* karena kehabisan bahan makanan tertentu, tidak adanya menu dimsum yang diinginkan para pelanggan, inovasi menu yang kurang hingga tidak adanya karyawan khusus bagian marketing membuat penjualan produk di Restoran Noble Court menjadi tidak maksimal.

2. Restoran Noble Court memiliki peluang yang sangat bagus, berada di dalam hotel bintang lima yang terkenal di Kota Semarang yaitu Gumaya Tower Hotel, membuat Restoran Noble Court memiliki akses promosi ke tamu hotel dan pelanggan Gumaya Tower Hotel. Lokasi Gumaya Tower Hotel yang strategis berada di jalan Gajahmada serta berada di kompleks pusat Kota Semarang menjadikan akses ke Restoran Noble Court sangat mudah dijangkau dan ditemukan.

Restoran Noble Court juga memiliki ancaman – ancaman yang tidak bisa dianggap enteng, munculnya hotel – hotel baru di Kota Semarang bisa menurunkan kunjungan tamu ke Gumaya Tower Hotel yang sekaligus juga menjadi ancaman bagi Restoran Noble Court, ancaman lain datang dari berbagai restoran baru di

Kota Semarang yang semakin inovatif dalam mengolah, mengemas dan memasarkan produk mereka, jika Restoran Noble Court tidak segera berbenah diri, ancaman – ancaman tersebut akan bisa merbuut para pelanggan Restoran Noble Court kedepannya.

3. Peninjauan melalui *Segmenting, Targeting, dan Positioning*, Restoran Noble Court sudah memiliki *Segmenting, Targeting, dan Positioning* yang baik sebagai landasan dalam penyusunan strategi produk dan perencanaan pemasaran, Restoran Noble Court hanya perlu mengatasi segala kelemahan yang dimiliki untuk memperkuat produk dan menunjang pemasaran yang lebih maksimal.
4. Bauran Produk yang dimiliki Restoran Noble Court sudah baik dan bervariasi, melalui penelitian ini dapat ditentukan bauran produk apa yang perlu ditambahkan supaya mampu menjawab keinginan para konsumen dan meningkatkan penjualan produk di Restoran Noble Court.
5. Strategi Produk yang paling tepat untuk diterapkan di Restoran Noble Court berdasarkan analisa dari Matriks SWOT dan Peninjauan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) adalah dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh Restoran Noble Court dan memanfaatkan peluang yang dimiliki Restoran Noble Court, berbagai perbaikan, perubahan dan penambahan perlu dilakukan oleh Restoran Noble Court guna meningkatkan penjualan produknya, mulai dari inovasi menu – menu baru, penambahan menu personal dan dimsum, serta adanya bagian marketing yang mampu melihat segala peluang yang dimiliki Restoran Noble Court dalam memasarkan produk Restoran Noble Court.

Saran

- a. Penulis berharap Restoran Noble Court senantiasa menjaga dan meningkatkan kekuatan – kekuatan yang dimiliki oleh Restoran Noble Court dan meminimalkan segala kelemahan - kelemahan yang ada.
- b. Restoran Noble Court memiliki peluang yang sangat bagus karena ditunjang oleh peluang yang dimiliki Gumaya Tower Hotel, namun persaingan bisnis hotel dan restoran di Kota Semarang kini semakin ketat dengan banyak berdirinya hotel dan restorn baru. Saran dari penulis adalah supaya Restoran Noble Court 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.
- c. Menurut penulis *tag line* yang dimiliki Restoran Noble Court yaitu *Noble Court Chinese Cuisine* sudah sangat kuat dan bagus, sangat penuh makna, namun berbagai kelemahan yang dimiliki Restoran Noble Court bisa melemahkan *positioning* yang dimiliki Restoran Noble Court, agar kedepannya Restoran Noble Court bisa lebih menjaga *positioning* yang dimiliki sebagai salah satu pondasi pemasaran yang kuat.
 - d. Dalam penelitian ini penulis melalui analisis SWOT telah menemukan beberapa produk yang mampu melengkapi bauran produk yang dimiliki oleh Restoran Noble Court agar sesuai dengan keinginan para tamu, menjaga originalitas produk memang diperlukan, akan tetapi Restoran Noble Court juga perlu menjawab keinginan para tamu agar penjualan di Restoran Noble Court semakin membaik.
 - e. Melalui analisis SWOT dan tinjauan STP, telah diketahui bahwa strategi WO (*Weakness Opportunity*) merupakan strategi yang paling tepat dan efektif dalam upaya peningkatan penjualan produk di Restoran Noble Court, penulis berharap Restoran Noble Court dapat mempelajari strategi WO (*Weakness Opportunity*) melalui penelitian ini dan menerapkan hal – hal yang perlu diterapkan menurut Restoran Noble Court guna meningkatkan penjualan produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Boyd, Walker dan Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran (Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global)*. Erlangga, Jakarta.
- David, Fred R, 1998. *Manajemen Strategis* (Terjemahan oleh Alexander Sindoro. 2002). Prenhallindo, Jakarta.
- Griffin, Ricky W., dan Ronald J.Ebert, 1996, *Bussiness*, edisi 4, Prentice Hall, New Jersey.
- Indriyo Gitosudarmo, M.Com. 2000. *Manajemen Pemasaran*, edisi 1, BPFE : Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 1995. *Strategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba*. Edisi Ketiga, Yogyakarta: Gajahmada University Press.

----- 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

----- 1997. *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo, Jakarta.

Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck. 1999. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Erlangga, Jakarta.

Michael E. Porter, 1985, 1998: *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press: New York.

Miles, MB dan AM Huberman. 1984. *Qualitativ Data Analysis:A Sourcebook of New Methods*. SAGE. Beverly Hills.

Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 2, Penerbit Salemba Empat : Jakarta.

Rangkuti, Freddy, 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran International*. Jilid II. Cetakan Pertama. Jakarta : Salemba Empat.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Swastha, Basu. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 1997. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.

Umar, Hussein, 2003. *Strategic Management in Action*. Gramedia Pustaka.