

**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Deskriptif Data**

Analisis deskriptif variable digunakan untuk mengetahui gambaran dari variable-variabel yang diujikan yang diisi oleh responden mengenai indikator-indikator yang ada dalam penelitian tersebut. Kategori variable-variabel tersebut dapat diketahui dengan membuat interval. Adapun range dan kategori berdasarkan perhitungan interval kelas tersebut, dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1 Kategori Interpretasi

<b>Interval</b>	<b>Kategori</b>
1,0 - 2,7	Sangat Rendah
2,8 - 4,5	Rendah
4,6 - 6,3	Sedang
6,4 - 8,1	Tinggi
8,2 – 10	Sangat Tinggi

Sumber: data primer diolah 2018.

Berdasarkan kategori interpretasi pada tabel 4.1, variable dalam penelitian dapat digunakan untuk menghitung *mean* untuk setiap variable-variabelnya

sehingga dapat dimasukkan dalam kategori interpretasi tersebut. Adapun deksriptif variable dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Deskripsi Jawaban Responden Data Pendapat Responden Terhadap Makanan Tradisional

Pendapat Responden Terhadap Makanan Tradisional dapat diukur dengan menggunakan lima pertanyaan. Adapun tanggapan responden dapat dilihat seperti tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2 Jawaban Responden mengenai Pendapat Responden Terhadap Makanan Tradisional

No	Faktor Kepuasan	Tanggapan Respon					Jumlah	Rata-rata	Kriteria
		6	7	8	9	10			
1	Apakah makanan tradisional itu mahal?	10	2	43	45	0	100	8,23	Sangat Tinggi
2	Apakah makanan tradisional itu mudah ditemukan (diakses)?	2	2	39	57	0	100	8,51	Sangat Tinggi
3	Apakah makanan tradisional itu selalu berkaitan dengan budaya?	2	2	37	59	0	100	8,53	Sangat Tinggi
4	Apakah pembeli harus mengetahui tentang makanan tradisional terlebih dahulu sebelum membelinya?	20	0	44	36	0	100	7,96	Tinggi
5	Apakah makan tradisional itu selalu berkaitan dengan makanan kesukaan keluarga?	7	0	48	45	0	100	8,31	Sangat Tinggi
<b>Rata-rata</b>								<b>8,31</b>	<b>Sangat Tinggi</b>

Sumber: data primer diolah 2018.

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata sebesar 8,31 yang artinya responden memiliki pendapat yang sangat tinggi mengenai

makanan tradisional. Dan setiap responden menerapkan hal tersebut dalam berbelanja makanan tradisional. Hal ini ditunjukkan dengan jawaban responden yang memiliki kategori sangat tinggi dan tinggi. Berarti bahwa makanan tradisional berkaitan dengan mahal, mudah diakses, budaya, perilaku mengetahui tentang makanan tradisional dan kesukaan keluarga.

b. Deskripsi Jawaban Responden data Penilaian Terhadap Makanan Tradisional

Penilaian Terhadap Makanan Tradisional dapat diukur dengan menggunakan lima pertanyaan. Adapun tanggapan responden dapat dilihat seperti tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3 Jawaban Responden mengenai Penilaian Terhadap Makanan Tradisional

No	Faktor Kepuasan	Tanggapan Respon					Jumlah	Rata-rata	Kriteria
		6	7	8	9	10			
1	Bagaimana cita rasa yang ditawarkan oleh makanan tradisional kepada anda?	16	0	48	36	0	100	8,04	Tinggi
2	Bagaimana promo yang ditawarkan oleh makanan tradisional kepada anda?	21	0	30	49	0	100	8,07	Tinggi
3	Bagaimana jenis makanan tradisional yang ditawarkan kepada anda?	9	0	37	54	0	100	8,36	Sangat Tinggi
4	Bagaimana inovasi yang dilakukan oleh makanan tradisional?	19	2	35	44	0	100	8,04	Tinggi
5	Bagaimana informasi makanan tradisional yang ditawarkan kepada anda?	14	1	45	40	0	100	8,11	Tinggi
<b>Rata-rata</b>								<b>8,12</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber: data primer diolah 2018.

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata sebesar 8,12 yang artinya responden memiliki penilaian yang tinggi mengenai makanan tradisional. Dan setiap responden menerapkan hal tersebut dalam berbelanja makanan tradisional. Hal ini ditunjukkan dengan jawaban responden yang memiliki kategori sangat tinggi dan tinggi. Dan hal ini memiliki arti bahwa responden menyukai cita rasa, promo, jenis makanan, inovasi makanan dan informasi makanan yang ditawarkan oleh makanan tradisional.

c. Deskripsi Jawaban Responden data Argumentasi Terhadap Makanan Tradisional

Argumentasi Terhadap Makanan Tradisional dapat diukur dengan menggunakan lima pertanyaan. Adapun tanggapan responden dapat dilihat seperti tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4 Jawaban Responden mengenai Argumentasi Terhadap Makanan Tradisional

No	Faktor Kepuasan	Tanggapan Respon					Jumlah	Rata-rata	Kriteria
		1	2	3	4	5			
1	Apakah harga makanan tradisional menjadi faktor pertimbangan ketika akan membeli?	2	0	12	42	44	100	4,26	Rendah
2	Apakah faktor selera menjadi pertimbangan ketika akan membeli makanan tradisional?	1	3	4	44	48	100	4,35	Rendah
3	Apakah pengolahan secara higienis pada makanan tradisional menjadi pertimbangan ketika akan membeli?	1	4	3	39	53	100	4,39	Rendah
4	Apakah kesan makanan sehat menjadi pertimbangan ketika akan membeli makanan tradisional?	0	3	21	43	33	100	4,06	Rendah

5	Apakah kegemaran terhadap makanan tradisional menjadi pertimbangan ketika akan membeli?	2	6	16	50	26	100	3,92	Rendah
<b>Rata-rata</b>								<b>4,20</b>	<b>Rendah</b>

Sumber: data primer diolah 2018.

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata sebesar 4,20 yang artinya responden memiliki argumen yang rendah mengenai makanan tradisional. Dan setiap responden menerapkan hal tersebut dalam berbelanja makanan tradisional. Hal ini ditunjukkan dengan jawaban responden yang memiliki kategori rendah. Berarti bahwa pembeli makanan tradisional tidak mempertimbangkan harga, selera, kesan makanan sehat dan kegemaran dalam mengkonsumsi makanan tradisional.

d. Deskripsi Jawaban Responden data Pendapat Terhadap Makanan Tradisional

Pendapat Terhadap Makanan Tradisional dapat diukur dengan menggunakan lima pertanyaan. Adapun tanggapan responden dapat dilihat seperti tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5 Jawaban Responden mengenai Pandangan Realita Terhadap Makanan Tradisional

No	Faktor Kepuasan	Tanggapan Respon					Jumlah	Rata-rata	Kriteria
		6	7	8	9	10			
1	Apakah cita rasa yang ditawarkan oleh makanan tradisional sesuai dengan keinginan anda?	22	2	43	33	0	100	7,87	Tinggi
2		30	3	31	36	0	100	7,73	Tinggi

	Apakah promo yang ditawarkan oleh makanan tradisional menarik bagi anda?								
3	Apakah jenis makanan tradisional yang ditawarkan kepada anda beragam?	16	1	53	30	0	100	7,97	Tinggi
4	Apakah inovasi yang dilakukan oleh makanan tradisional sudah bagus menurut anda?	15	1	52	32	0	100	8,01	Tinggi
5	Apakah anda mendapatkan informasi makanan tradisional yang ditawarkan?	17	2	50	31	0	100	7,95	Tinggi
<b>Rata-rata</b>								<b>7,91</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber: data primer diolah 2018.

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata sebesar 7,91 yang artinya responden memiliki pendapat yang tinggi mengenai makanan tradisional. Dan setiap responden menerapkan hal tersebut dalam berbelanja makanan tradisional. Hal ini ditunjukkan dengan jawaban responden yang memiliki kategori tinggi. Namun, makanan tradisional perlu menawarkan cita rasa, promosi, jenis makanan yang beragam, inovasi dan informasi mengenai makanan tradisional kepada para pembeli.

#### 4.2 Analisis Crosstab

Analisis tabulasi silang atau disebut juga dengan *Crosstab* merupakan salah satu analisis korelasi yang digunakan untuk melihat hubungan antar variable. Sehingga analisis tabulasi silang ini dapat digunakan untuk menganalisa lebih dari dua variable. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis *crosstab* untuk

melihat hubungan antara usia, pendapatan, dan pendidikan dengan pendapat, penilaian, argument dan realita terhadap makanan tradisional pada *Traditional Food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM).

Berikut adalah hasil penelitian dari analisis crosstab pada penelitian ini:

Tabel 4.6 Hasil Analisis Crosstab Usia, Pendapatan, dan Pendidikan

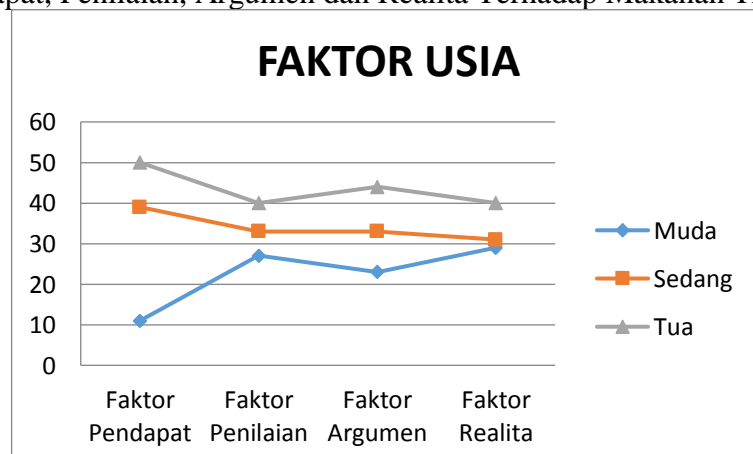
No	Variabel	Usia			Pendapatan			Pendidikan	
		Muda (< 25 thn)	Sedang (25-40 thn)	Tua (> 40 thn)	Rendah	Sedang	Tinggi	< SMA	> SMA
1	Faktor Pendapat	11	39	50	30	26	44	30	70
2	Faktor Penilaian	27	33	40	25	37	38	24	76
3	Faktor Argumen	23	33	44	26	36	38	15	85
4	Faktor Realita	29	31	40	17	38	45	12	88
<b>Rata-rata</b>		<b>22,5</b>	<b>34</b>	<b>43,5</b>	<b>24,5</b>	<b>34,25</b>	<b>41,25</b>	<b>20,25</b>	<b>79,75</b>

Sumber: data primer diolah, 2019.

**a. Analisis Crosstab Usia**

Pada penelitian ini usia responden dibagi menjadi tiga bagian yaitu usia muda yaitu responden yang berusia < 25 tahun, separuh baya yaitu responden yang berusia 25-40 tahun, dan usia tua yaitu responden yang berusia > 40 tahun. Dalam analisis *crosstab* usia ini peneliti ingin melihat korelasi antara usia dengan pendapat, penilaian, argument dan realita terhadap makanan tradisional. Adapun hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1 Analisis *Crosstab* berdasarkan Usia Responden mengenai Pendapat, Penilaian, Argumen dan Realita Terhadap Makanan Tradisional



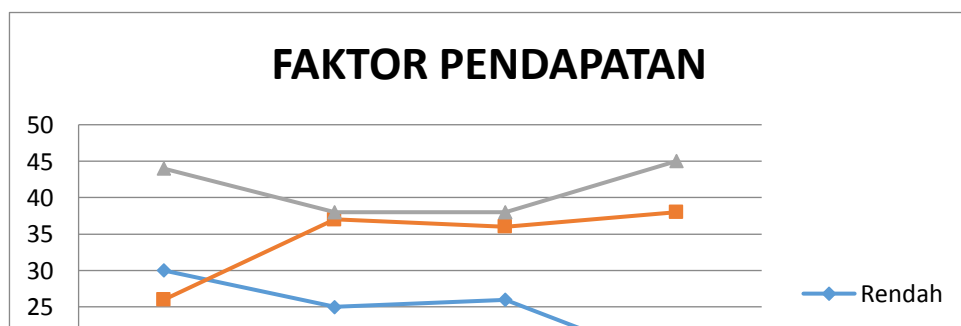
Sumber: data primer diolah, 2019.

Pada gambar di atas, hasil crosstabulation usia adalah sebagai berikut diketahui bahwa usia tua memiliki jumlah terbanyak di setiap faktornya yaitu dengan nilai rata-rata 43,5. Kemudian disusul oleh usia sedang yaitu dengan nilai rata-rata 34 dan usia muda dengan nilai rata-rata 22,5. Nilai ini adalah nilai jawaban responden dengan kriteria setuju, baik, penting, dan suka.

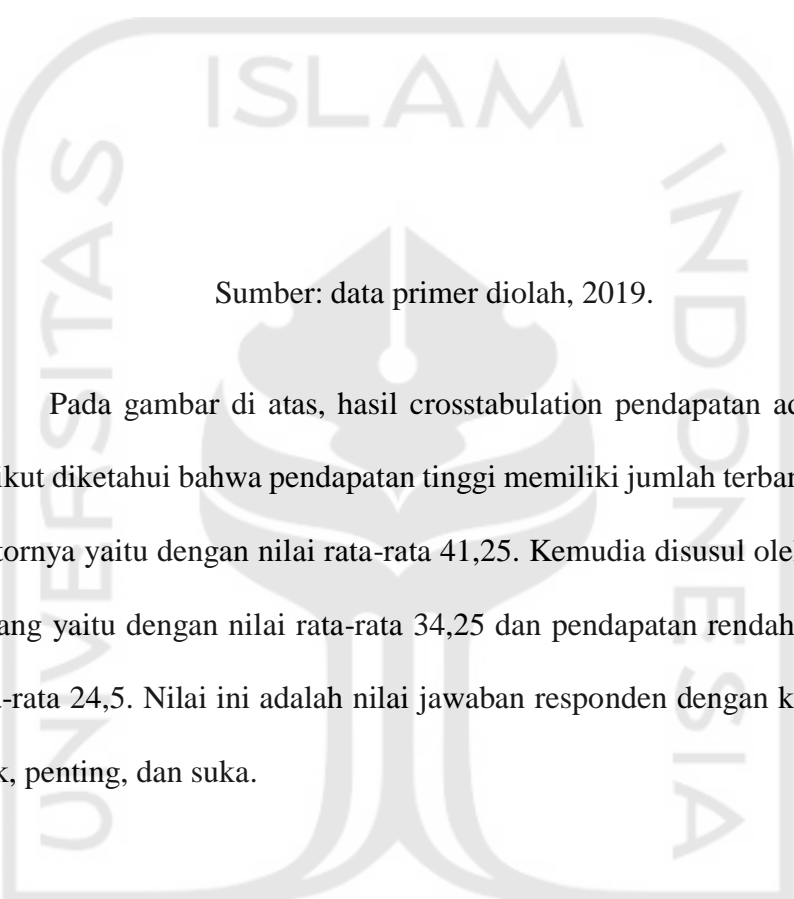
#### b. Analisis *Crosstab* Pendapatan/Penghasilan

Pada penelitian ini pendapatan responden dibagi menjadi tiga bagian yaitu pendapatan rendah yaitu responden yang memiliki pendapatan < 1.500.000 per bulan, pendapatan sedang yaitu responden yang memiliki pendapatan 1.500.000-2.000.000 per bulan, dan pendapatan tinggi yaitu responden yang memiliki pendapatan > 2.000.000 per bulan. Dalam analisis *crosstab* pendapatan ini peneliti ingin melihat korelasi antara pendapatan dengan pendapat, penilaian, argumentasi dan realita terhadap makanan tradisional. Adapun hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2 Analisis *Crosstab* berdasarkan Pendapatan Responden mengenai Pendapat, Penilaian, Argumen, dan Realita Terhadap Makanan Tradisional







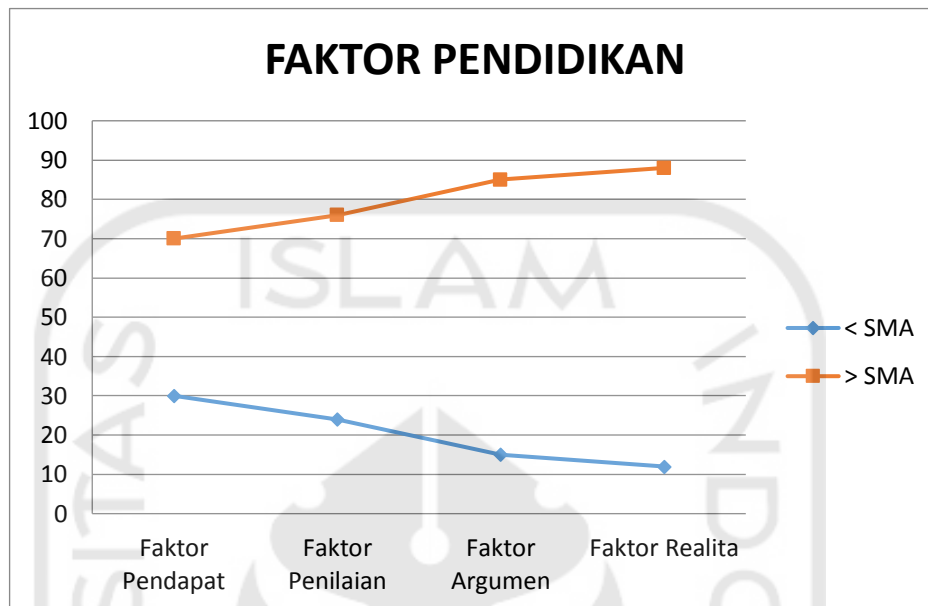
Sumber: data primer diolah, 2019.

Pada gambar di atas, hasil crosstabulation pendapatan adalah sebagai berikut diketahui bahwa pendapatan tinggi memiliki jumlah terbanyak di setiap faktornya yaitu dengan nilai rata-rata 41,25. Kemudian disusul oleh pendapatan sedang yaitu dengan nilai rata-rata 34,25 dan pendapatan rendah dengan nilai rata-rata 24,5. Nilai ini adalah nilai jawaban responden dengan kriteria setuju, baik, penting, dan suka.

**c. Analisis Crosstab Pendidikan**

Pada penelitian ini pendidikan responden dibagi menjadi dua bagian yaitu pendidikan < SMA yaitu responden yang memiliki pendidikan masih dan hanya SMA, dan pendidikan > SMA yaitu responden yang memiliki pendidikan di atas SMA seperti D3, S1, dan S2. Dalam analisis *crosstab* pendidikan ini peneliti ingin melihat korelasi antara pendidikan dengan pendapat, penilaian, argumentasi dan realita terhadap makanan tradisional. Adapun hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3 Analisis *Crosstab* berdasarkan Pendidikan Responden mengenai Pendapat, Penilaian, Argumen dan Realita Terhadap Makanan Tradisional



Sumber: data primer diolah, 2019.

Pada gambar di atas, hasil crosstabulation pendidikan adalah sebagai berikut diketahui bahwa pendidikan > SMA memiliki jumlah terbanyak di setiap faktornya yaitu dengan nilai rata-rata 79,75. Kemudian disusul oleh pendidikan < SMA yaitu dengan nilai rata-rata 20,25. Nilai ini adalah nilai jawaban responden dengan kriteria setuju, baik, penting, dan suka.

#### 4.3 Analisis Strategi *Tradisional food*

##### a. Analisis SWOT

Untuk menentukan strategi yang tepat dalam meningkatkan persaingan *Tradisional food*, maka terlebih dahulu harus diketahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Berdasarkan wawancara terhadap pihak manajemen

persuhaan didapatkan beberapa faktor yang menjadi strategi dalam meningkatkan persaingan *Tradisional food*, yaitu:

- Faktor kekuatan (*strength*) pada persaingan *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) adalah:
  1. Kualitas Pelayanan
  2. Promosi (media social, brosur, surat kabar)
  3. Promosi Khusus (diskon setiap ada even, penawaran khusus)
- Faktor kelemahan (*weakness*) pada persaingan *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) adalah:
  1. Harga Produk
  2. Kualitas Produk
  3. Kualitas Bahan
  4. Varian Makanan
  5. Inovasi Makanan
  6. Kenyamanan Tempat
- Faktor peluang (*opportunities*) pada persaingan *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) adalah:
  1. Tingkat permintaan dari kalangan pelanggan
  2. Produk bisa lebih kreatif dalam pengelolaan
  3. Peningkatan pengunjung mall yang setiap tahunnya terus meningkat
  4. Kemajuan teknologi sebagai alat pemasaran
  5. Pangsa pasar yang lebih luas

- o Faktor ancaman (*threat*) pada persaingan *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) adalah:

1. Harga Bahan Baku
2. Persaingan harga makanan dengan pesaing
3. Diskon ataupun promo yang diberikan oleh pesaing
4. Adanya perubahan minat pelanggan
5. Banyaknya persaingan dengan makanan modern

#### b. Faktor Strategi Internal dan Eksternal

Setelah diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi keefektifan, maka langkah selanjutnya adalah menganalisa data-data yang ada kedalam dua matrik, yaitu matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*).

Tabel 4.7 Hasil Matrik IFAS

No	Faktor-Faktor Strategi Internal (Kekuatan)	Bobot	Rating	Score
1	Kualitas Pelayanan	0,09	3	0,27
2	Promosi (media sosial, Brosur, surat kabar)	0,12	4	0,48
3	Promosi Khusus (diskon setiap ada even, penawaran khusus)	0,1	4	0,4
<b>Jumlah</b>		<b>0,31</b>	<b>11</b>	<b>1,15</b>
No	Faktor-Faktor Strategi Internal (Kelemahan)	Bobot	Rating	Score
1	Harga Produk	0,11	2	0,22
2	Kualitas Produk	0,11	1	0,11

3	Kualitas Bahan	0,13	2	0,26
4	Varian Makanan	0,1	2	0,2
5	Inovasi Makanan	0,09	3	0,27
6	Kenyamanan Tempat	0,15	4	0,6
<b>Jumlah</b>		<b>0,69</b>	<b>14</b>	<b>1,66</b>
<b>Total</b>		<b>1</b>	<b>25</b>	<b>2,81</b>

Tabel 4.8 Hasil Matrik EFAS

No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal (Peluang)	Bobot	Rating	Score
1	Tingkat permintaan dari kalangan pelanggan	0,075	3	0,225
2	Produk bisa lebih kreatif dalam pengelolaan	0,075	3	0,225
3	Peningkatan pengunjung mall yang setiap tahunnya terus meningkat	0,15	4	0,6
4	Kemajuan teknologi sebagai alat pemasaran dan penjualan	0,1	3	0,3
5	Pangsa Pasar yang lebih luas	0,15	4	0,6
<b>Jumlah</b>		<b>0,55</b>	<b>17</b>	<b>1,95</b>
No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal (Ancaman)	Bobot	Rating	Score
1	Harga Bahan Baku	0,07	2	0,14
2	Persaingan harga dengan para pesaing.	0,08	3	0,24
3	Diskon ataupun promo yang diberikan oleh pesaing.	0,1	2	0,2
4	Adanya perubahan minat pelanggan	0,11	2	0,22
5		0,09	2	0,18

Banyaknya persaingan dengan makanan modern			
<b>Jumlah</b>	<b>0,45</b>	<b>11</b>	<b>0,98</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>2,93</b>

Sumber: data primer diolah, 2019.

**c. Penentuan Posisi (Kuadran) *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City**

**Mall (JCM)**

Berdasarkan hasil perhitungan dari table di atas Matriks IFAS *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) memiliki skor antara kekuatan dan kelemahan dari matrik IFAS. Total skor dari kekuatan adalah 1,15 dan dari kelemahan 1,66, selisihnya -0,51 (sumbu x). kemudian selisih dari peluang dan ancaman dari table di atas Matriks EFAS *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) adalah total skor dari peluang 1,95 dan skor dari ancaman 0,98, sehingga didapatkan selisih 0,97 (sumbu y). Berdasarkan hasil dari titik temu kedua sumbu didapatkan diagram analisis SWOT perusahaan berada pada Kuadran III yang berarti perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar akan tetapi juga menghadapi kendala kelemahan Internal, sehingga perlunya untuk dilakukan perubahan strategi untuk keluar dari persaingan antara kedai makanan.

Gambar 4.4 Posisi *Tradisional food* Pada Diagram SWOT

Kuadran III  
Ubah Strategi

Kuadran I

(-0,51 , 0,97)



Difersifikasi Kuadran IV

Difersifikasi Kuadran II

Keterangan diagram analisis SWOT:

1. Kuadran I

Kuadran I ini merupakan posisi terbaik karena perusahaan berada pada posisi yang kuat dan berpeluang dalam pasar.

2. Kuadran II

Kuadran II yaitu meskipun perusahaan menghadapi ancaman akan tetapi perusahaan masih memiliki kekuatan internal perusahaan.

3. Kuadran III

Pada kuadran ini perusahaan menghadapi persaingan pasar yang besar dan terdapat kelemahan dari internal perusahaan sehingga perlu dilakukan perubahan strategi.

4. Kuadran IV

Pada kuadran IV merupakan kuadran dengan situasi yang tidak menguntungkan, perusahaan menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal dari perusahaan itu sendiri.

#### 4.4 Analisis *Blue Ocean Strategy*

##### a. Kanvas Strategi

Kanvas strategi sendiri memiliki fungsi yaitu merangkum situasi terkini dalam ruang pasar yang sudah dikenal. Hal ini memungkinkan kita untuk memahami dimana kompetisi saat ini sedang terjadi dan memahami faktor-faktor apa saja yang dijadikan sebagai ajang kompetisi dalam produk, jasa dan pengiriman, serta memahami apa yang didapatkan customer dari perawatan kompetitif yang ada di pasaran (Kim & Mauborgne, 2014). Untuk Kanvas strategi ini data yang dipergunakan adalah hasil dari nilai rata-rata rekapitulasi kuesioner, yaitu:

Tabel 4.9 Data Rekapitulasi Hasil Kuesioner

Variabel	Tradisional food
A1	8,23
A2	8,51
A3	8,53
A4	7,96
A5	8,31
B1	8,04
B2	8,07
B3	8,36
B4	8,04
B5	8,11
C1	4,26
C2	4,35
C3	4,39
C4	4,06
C5	3,92
D1	7,87
D2	7,73
D3	7,97
D4	8,01
D5	7,95

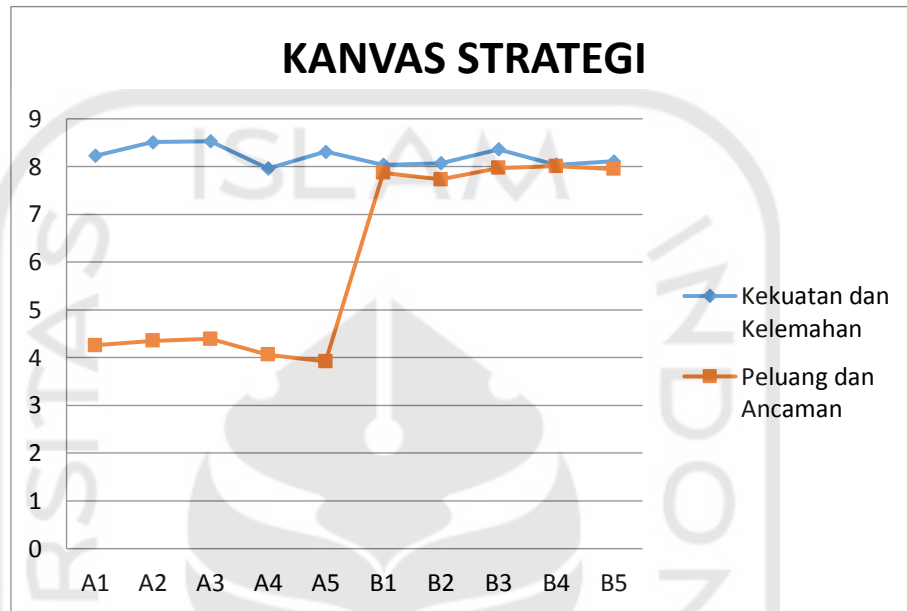
Sumber: data primer diolah, 2019.



Dari data diatas maka didapatkan dalam bentuk grafik Kanvas Strategi

Awal sebagai berikut:

Gambar 4.5 Kanvas Strategi



Sumber: data primer diolah, 2019.

Keterangan:

A1 : Kualitas Pelayanan

A2 : Promosi

A3 : Penawaran Khusus

A4 : Harga Produk

A5 : Kualitas Produk

B1 : Kualitas Bahan

B2 : Varian Makanan

B3 : Inovasi Makanan

B4 : Kenyamanan Tempat

B5 : Tingkat Permintaan

Dari Kurva Kanvas di atas, diketahui bahwa *Traditional Food* memiliki tingkat kekuatan, kelemahan dan ancaman yang setara. Akan tetapi *Traditional Food* memiliki tingkat peluang yang masih jauh nilainya dari kekuatan, kelemahan dan ancaman.

Hal ini menunjukkan bahwa persaingan perusahaan antara pesaing cukup ketat di beberapa variabel yang menandakan bahwa perusahaan berada pada posisi *Red Ocean* yang dimana terjadi persaingan yang sangat tinggi. Dengan begitu perusahaan harus menciptakan strategi baru agar dapat berada di *Blue Ocean Strategy*, dengan melakukan gerak menjauh dari fokus nilai yang ditawarkan saat ini untuk menjauh dari persaingan. Dilakukan gerakan menjauh/divergensi karena berdasarkan kanvas strategi yang diketahui bahwa *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) memiliki fokus nilai yang sama dengan makanan modern sebagai pesaing.

#### **b. Kerangka Kerja Empat Langkah**

Pada Kerangka Kerja Empat Langkah ini perusahaan menentukan faktor apa saja yang harus dihapuskan, kurangi, tingkatkan dan yang diciptakan dalam penyusunan *Blue Ocean Strategy*. Kerangka kerja empat langkah juga dilakukan untuk merekonstruksi elemen-elemen nilai pembeli dalam membuat kurva yang baru. Berikut ini faktor-faktor yang akan dimunculkan pada kerangka kerja empat langkah, yaitu:

##### **1. Faktor yang dihapuskan**

Pada bagian ini tidak terdapat faktor yang dihapuskan, karena semua faktor dalam perusahaan tersebut merupakan hal yang sangat penting. Sedangkan faktor yang dihapus merupakan faktor yang dirasa tidak menguntungkan bagi perusahaan atau memiliki nilai rendah yang tidak berpengaruh pada perusahaan.

## 2. Faktor yang dikurangi

Pada faktor ini perusahaan harus mempertimbangkan ulang apakah produk yang dihasilkan berlebih dalam suatu persaingan yang ada di pasar. Pada *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) yang dikurangi adalah Harga Produk. Pada saat ini harga menu di *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) masih dianggap terlalu mahal karena dengan konsep *Tradisional food* segmentasi pasar yang awalnya adalah kalangan atas diharapkan bisa menjadi keseluruhan kalangan. Sehingga harga produk dikurangi agar minat pada segmentasi kalangan bawah menjadi lebih besar. Terutama pada menu makanan yang disajikan yang harganya Rp 20.000,00/porsinya, dan menu lainnya sehingga harga menjadi faktor yang harus dikurangi untuk keluar dari persaingan.

## 3. Faktor yang ditingkatkan

Pada faktor yang harus ditingkatkan ini perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor lemah yang harus ditingkatkan untuk mendapat bersaing atau bahkan dapat keluar dari persaingan saat ini. Adapun faktor yang ditingkatkan adalah:

### a) Kualitas produk

Kualitas produk/makanan yang ada di *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) termasuk memiliki kualitas yang baik, akan tetapi kualitas produk ini perlu ditingkatkan dari kebersihan wadah sampai cita rasa. Agar *customer* akan terus

menikmati makanan tradisional di *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) dan akan merekomendasikan kepada kerabat-kerabatya.

b) Kualitas Bahan

Kualitas bahan menjadi faktor yang riskan dan mempengaruhi pada kualitas produk yang dihasilkan. Apabila kualitas bahan yang digunakan tidak terdaftar dalam BPPOM Indonesia atau jelek maka akan menyebabkan kualitas produk menjadi kurang baik, dari segi citarasa, kebersihan sampai kesehatan meskipun dengan penampilan yang baik sekali pun. Dengan begitu kualitas bahan dari *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) perlu untuk ditingkatkan dengan menggunakan bahan baku yang sudah terdaftar BPPOM.

c) Inovasi Makanan

Inovasi makanan yang dibuat oleh *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) masih kurang menawarkan makanan ringan. Karena *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) sendiri buka dari jam 09.00 pagi. Dengan menambahkan lagi menu makanan ringan maka dapat menarik customer yang ingin ngemil disiang hari.

d) Kenyamanan Tempat

Kenyamanan tempat perlu juga untuk ditingkatkan, dikarenakan dengan tempat duduk yang memiliki sandaran akan membuat

Customer merasa nyaman dalam menikmati waktu mereka di *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM).

#### 4. Faktor yang diciptakan

Dalam melakukan *Blue Ocean Strategy* perusahaan data menawarkan faktor yang belum ada sehingga perusahaan dapat menciptakan sebuah pasar baru agar lebih unggul dari pesaing.

Adapun faktor yang diciptakan yaitu:

##### a) Inovasi varian makanan dan minuman

Inovasi varian makanan dan minuman ini cukup baik dikarenakan terkadang penikmat sendiri tidak seluruhnya ingin menikmati makanan berat (nasi), akan tetapi mereka juga ingin menikmati makanan ringan saat bersantai di mall.

#### c. Skema Kerangka Kerja Empat Langkah

Setelah kerangka kerja empat langkah terbentuk maka dibuatlah skema hapuskan – kurangi – tingkatkan – ciptakan. Adapun Skema Kerangka Kerja Empat Langkah yang telah dibuat adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10 Skema Kerangka Kerja Empat Langkah

Hapuskan ( <i>Eliminate</i> )	Kurangi ( <i>Reduce</i> )
	Harga Produk
Tingkatkan ( <i>Raise</i> )	Ciptakan ( <i>Create</i> )
Kualitas Produk Kualitas Bahan	Inovasi varian Makanan dan Minuman

Sumber: data primer diolah, 2019.

## 4.5 Pembahasan

### a. Analisis *Crosstab* Usia

Pada penelitian ini usia responden dibagi menjadi tiga bagian yaitu usia muda yaitu responden yang berusia < 25 tahun, separuh baya yaitu responden yang berusia 25-40 tahun, dan usia tua yaitu responden yang berusia > 40 tahun. Berdasarkan hasil penelitian ini didapatkan bahwa responden dengan usia > 40 tahun memiliki tingkat pendapat, penilaian, argument dan realita yang tinggi terhadap makanan tradisional pada *Traditional Food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) dengan nilai rata-rata 43,5%. Hal ini menunjukkan bahwa makan tradisional mudah diakses, dan makanan tradisional merupakan makanan favorit mereka. Sedangkan usia < 25 tahun memiliki nilai 22,5% dan usia 25-40 tahun memiliki nilai 34%.

Dan hasil ini juga menunjukkan bahwa masih kurangnya peminat dari masyarakat yang berusia < 25 tahun terhadap makanan tradisional, dikarenakan masyarakat yang berusia < 25 tahun lebih menggemari makanan siap saji dan modern yang sesuai dengan jaman sekarang. Hal ini bisa menjadi masukan bagi para pelaku usaha kuliner makanan tradisional untuk lebih berinovasi dalam promosi, penyajian dan pengemasan makanan tradisional tanpa menghilangkan cita rasa makanan tradisional tersebut. Sehingga masyarakat usia < 25 tahun tertarik untuk menikmati makanan tradisional kembali. Begitu juga dalam

ke higienisan makanan tradisional selalu harus diperhatikan oleh pelaku bisnis makanan tradisional, walaupun dalam penelitian ini higienisan makanan tidak menjadi suatu permasalahan bagi para konsumen karena dianggap sudah sesuai dengan yang diinginkan mereka.

#### **b. Analisis Crosstab Pendapatan/Penghasilan**

Pada penelitian ini pendapatan responden dibagi menjadi tiga bagian yaitu pendapatan rendah yaitu responden yang memiliki pendapatan < 1.500.000 per bulan, pendapatan sedang yaitu responden yang memiliki pendapatan 1.500.000-2.000.000 per bulan, dan pendapatan tinggi yaitu responden yang memiliki pendapatan > 2.000.000 per bulan. Berdasarkan hasil penelitian ini didapatkan bahwa responden dengan pendapatan > 2.000.000 per bulan memiliki tingkat pendapat, penilaian, argument dan realita yang tinggi terhadap makanan tradisional pada *Traditional Food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) dengan nilai 41,25%. Hal ini menunjukkan bahwa makan tradisional tidaklah terlalu mahal bagi para konsumen, dan dengan penghasilan tinggi yang mereka dapatkan setiap bulannya dan hasil ini juga menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan lebih dalam jajan atau mengkonsumsi makanan favorit mereka.

Berbeda dengan responden yang memiliki tingkat pendapatan rendah (< 1.500.000 per bulan) yang hanya memiliki nilai 24,5% yang artinya mereka tetap mengkonsumsi makanan tradisional tapi tidak menjadi suatu prioritas dalam melakukannya. Begitu juga dengan responden dengan pendapatan sedang

(1.500.000-2.000.000 per bulan) memiliki nilai 34,25%. Hal ini menjadi masukan dalam menentukan harga jual bagi pelaku bisnis kuliner makanan tradisional khususnya pada *Traditional Food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) agar membuat menu khusus yang lebih terjangkau dan menarik bagi konsumen yang tidak memiliki pendapatan rendah dan sedang. Sehingga mereka tertarik untuk mengkonsumsi makanan tradisional yang akan berpengaruh bagi tingkat penjualan.

### **c. Analisis Crosstab Pendidikan**

Pada penelitian ini pendidikan responden dibagi menjadi dua bagian yaitu pendidikan < SMA yaitu responden yang memiliki pendidikan masih dan hanya SMA, dan pendidikan > SMA yaitu responden yang memiliki pendidikan di atas SMA seperti D3, S1, dan S2. Berdasarkan hasil penelitian ini didapatkan bahwa responden dengan pendidikan > SMA memiliki tingkat pendapat, penilaian, argument dan realita yang tinggi terhadap makanan tradisional pada *Traditional Food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) dengan nilai 79,75%. Berbicara tentang pendidikan pada dasarnya berkaitan dengan usia, semakin tinggi pendidikannya maka semakin tinggi usia yang dimiliki oleh responden. Maka dari itu, hasil ini menunjukkan bahwa makanan tradisional tidaklah terlalu mahal bagi para konsumen, mudah diakses, dan yang paling penting adalah makanan tradisional merupakan makanan favorit mereka.

Berbeda dengan responden yang memiliki tingkat pendidikan < SMA yang hanya memiliki nilai 20,25% yang artinya mereka tetap mengkonsumsi



makanan tradisional tapi tidak menjadi suatu prioritas dalam melakukannya. Hal ini disebabkan oleh makanan tradisional bukanlah makanan favorit mereka, dan mereka lebih senang dengan makanan siap saji atau dengan makanan yang masuk dalam kategori modern.

Hal ini menjadi masukan bagi pelaku bisnis kuliner makanan tradisional khususnya pada *Traditional Food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) agar membuat menu khusus yang lebih menarik dan memiliki rasa yang mereka sukai bagi konsumen yang masih belum menyukai atau terbiasa dengan makanan tradisional. Sehingga mereka tertarik untuk mengonsumsi makanan tradisional yang akan berpengaruh bagi tingkat penjualan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini *Traditional Food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) berada pada posisi (kuadran) III, yang artinya adalah pada kuadran ini perusahaan menghadapi persaingan pasar yang besar dan terdapat