

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

RM Padang Rang Chaniago Tasikmalaya memiliki kekuatan utama pada cita rasa masakan Minang yang autentik, porsi besar, harga terjangkau, serta pelayanan yang dekat dengan pelanggan. Namun, usaha ini masih menghadapi kelemahan pada aspek promosi digital, pencatatan usaha, saluran penjualan, dan ketergantungan terhadap penjualan harian.

Persaingan rumah makan Padang di Kota Tasikmalaya tergolong ketat karena banyaknya pesaing yang menawarkan paket harga murah. Kondisi tersebut berdampak pada penurunan pendapatan RM Padang Rang Chaniago dalam beberapa tahun terakhir. Oleh karena itu, penerapan Blue Ocean Strategy melalui kerangka ERRC diperlukan untuk menciptakan nilai baru dan menghindari persaingan harga secara langsung. Strategi yang dirumuskan meliputi pengurangan menu yang kurang efektif, peningkatan promosi digital, penguatan hubungan dengan pelanggan, pengembangan paket corporate lunch box, program langganan, layanan catering, serta menu signature khas seperti menu Koto Gadang. Dengan integrasi Business Model Canvas dan Blue Ocean Strategy, RM Padang Rang Chaniago diarahkan untuk mengembangkan model bisnis yang lebih terstruktur, memperluas segmen pelanggan bernilai tinggi, dan meningkatkan peluang pendapatan berulang secara berkelanjutan.

5.2 Saran

Pemilik RM Padang Rang Chaniago Tasikmalaya disarankan untuk menerapkan strategi pengembangan usaha secara bertahap mulai tahun 2027. Prioritas utama yang perlu dilakukan adalah menyusun SOP resep standar agar kualitas rasa tetap konsisten dan ketergantungan operasional pada pemilik dapat dikurangi. Selain itu, pemilik juga disarankan untuk mengembangkan layanan paket kantor dan katering secara lebih profesional, khususnya untuk menjangkau instansi pemerintah, kantor, dan pelanggan acara di sekitar lokasi usaha.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan atau dampak finansial setelah penerapan model bisnis baru. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat dilakukan pada UMKM kuliner tradisional lain di wilayah berbeda agar diperoleh perbandingan strategi pengembangan usaha yang lebih luas.