

BAB IV
PENUTUP
KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persaingan bisnis kuliner di Yogyakarta ini semakin pesat. Ini merupakan tantangan bagi Kedai Rakjat Djelata dalam menarik konsumen. Maka dari itu Kedai Rakjat Djelata menggunakan strategi komunikasi dalam memposisikan Kedai Rakjat Djelata untuk membangun *image* perusahaan dan membedakan *image* Kedai Rakjat Djelata terhadap perusahaan kuliner yang lainnya.

Kedai Rakjat Djelata berdiri tidak sepenuhnya untuk urusan bisnis melainkan cenderung kepada tujuannya yaitu mengenalkan dan melestarikan masakan Jawa kuno. Kedai Rakjat Djelata adalah rumah makan pertama di Yogyakarta yang menggunakan konsep tempo dulu. Kedai Rakjat dibentuk dengan konsep tempo dulu tujuannya agar konsumen yang datang ke Kedai Rakjat Djelata selain bisa menikmati menu- menu juga dapat menikmati suasana tempo dulu, mengenang masa lampau / *flashback*

Target konsumen dari Kedai Rakjat Djelata adalah masyarakat kelas menengah kebawah walaupun tidak menutup kemungkinan kalangan atas juga bisa datang ke Kedai Rakjat Djelata. Harga yang dibandrol rata-rata Rp 10.000,00 ke bawah, selain itu generasi muda merupakan target dari Kedai Rakjat Djelata, karena Kedai Rakjat Djelata ingin mengenalkan dan melestarikan budaya Jawa.

2. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menyusun strategi komunikasi dalam memposisikan Kedai Rakjat Djelata sebagai rumah makan khas Jawa kuno adalah sebagai berikut : mengundang tamu yaitu komunitas pejuang, sepeda kuno, dan Keraton Yogyakarta untuk hadir dalam acara pembukaan Kedai Rakjat Djelata, menonjolkan resep masakan khas Jawa kuno yang resepnya didapat dari para leluhur, juru masaknya adalah abdi dalem Keraton Yogyakarta dan karyawannya adalah mayoritas anak dari abdi dalem Keraton Yogyakarta, kedai ini berdiri dengan konsep Jawa *lawasan* atau Jawa kuno, Kedai Rakjat Djelata mempunyai semboyan yaitu *Rasa Djadoel Sentoehan Anjar Ratjikan Djoeara*, maksudnya adalah rasa yang disuguhkan adalah rasa masakan Jawa kuno dengan sentuhan modern agar lebih mudah menarik calon konsumen dan racikan-racikannya merupakan rempah pilihan. Ciri khas masakan Kedai Rakjat Djelata yaitu *panganan* Jawa lawasan aseli dapur para abdi dalem kerajaan Mataram dan hidangan unik & langka ala rakyat sejak jaman dahulu. Ciri umum dari bentuk bangunannya tempat bernuansa bertema *Roemah Abdi Dalem Djawa Djaman Dahoeloe* yang akan sangat menarik dan kaya

budaya sebagai pelestarian kekayaan nusantara khususnya tanah Djawa. Adapun nama- nama menu khas Jawa kuno yang tersedia di Kedai Rakjat Djelata seperti sambel Morosepuh, Endhog Dudha, Kresa Nyamleng, Manuk Enom, Manuk Londho, dsb. Adapun beberapamenu makanan yang mengingatkan masyarakat bahwa dulu Jawa pernah di jajah oleh Belanda yaitu dengan cara menghadirkan makanan roti bakar, karena menurut Mia Adyati roti adalah makanan pokok orang Belanda.

3. Kedai Rakjat Djelata juga mengadakan event promo dan publikasi, contoh event promo : sering memberi diskon pada hari- hari tertentu, jika memakai baju Jawa akan mendapatkan diskon, saat hujan dapat the gratis, sedangkan contoh publikasi : mempublikasikan melalui media sosial facebook dan saat acara grand opening, tujuannya agar masyarakat mengetahui keberadaan Kedai Rakjat Djelata dan tertarik untuk datang.
4. Kedai Rakjat Djelata diiklankan melalui Net TV dan radio (iklan berbayar), selebihnya liputan dari media televisi seperti RCTI, Kompas, Adi TV, Trans7, Trans TV dan media cetak didapatkan tanpa dipungut biaya. Hal ini sangat menguntungkan pihak Kedai Rakjat Djelata karena banyak orang dari luar Yogyakarta mengetahui Kedai Rakjat Djelata dari televisi. Nama Kdai Rakjat Djelata dianggap unik oleh beberapa masyarakat, hal ini berdasarkan wawancara melalui beberapa narasumber konsumen Kedai Rakjat Djelata, mereka penasaran dengan nama Kedai Rakjat Djelata.

B. SARAN

1. Kedai Rakjat Djelata seharusnya mengadakan event dengan mengundang anak- anak muda dan komunitas- komunitas kuno seperti komunitas pejuang, komunitas sepeda kuno, mereka dipertemukan dalam 1 acara, supaya dalam acara tersebut mereka bisa berbaur, tukar pikiran, dan berbagi pengalaman. Selain itu pesan yang ingin disampaikan oleh Mia Adyati selaku penggagas kedai dan ide Kedai Rakjat Djelata dapat disampaikan secara langsung termasuk cita- cita Mia menjadikan Kedai Rakjat Djelata sebagai museum kuliner tempo dulu.
2. Sebaiknya Kedai Rakjat Djelata lebih mengikuti perkembangan media sosial, karena target dari Kedai Rakjat Djelata salah satunya adalah anak - anak muda, agar informasinya lebih cepat menyebar.
3. Harga lebih disesuaikan lagi dengan nama kedainya, rakyat jelata adalah kondisi keadaan ekonomi yang sangat rendah, seharusnya harganya lebih murah lagi, selain itu dilihat dari hasil wawancara dengan tiga narasumber dan dilihat dari kritik dan saran melalui media sosial cukup banyak yang menyarankan harga lebih disesuaikan.