

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	I
LEMBAR PENGESAHAN	II
LEMBAR PERNYATAAN	III
KATA PENGANTAR	IV
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR	X
ABSTRAK	XI
<i>ABSTRACT</i>	XII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Lingkup Penelitian	9
1.7 Sistematika penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 <i>Revenue Management</i>	13

2.1.2 <i>Restaurant Revenue Management</i> (RRM).....	14
2.1.2 Faktor-Faktor Strategis RRM	15
2.1.3 Faktor lain yang mempengaruhi RRM	19
2.1.4 <i>Service Blueprinting</i>	22
2.1.5 Diagram <i>Fishbone</i>	23
2.2 Kajian Penelitian Terlebih Dahulu	24
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Proses Penelitian.....	30
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	32
3.3.1 Sumber Data	32
3.3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	33
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	34
3.4 Instrumen Penelitian	37
3.4.1 Instrumen	37
3.4.2 Daftar Pertanyaan untuk Wawancara	38
3.4.3 Daftar pertanyaan untuk <i>Focus Group Discussion</i>	40
3.5 Analisis data	41
3.5.1 Reduksi Data	42
3.5.2 Penyajian Data.....	43
3.5.3 Penarikan Kesimpulan.....	45
3.5.4 Waktu Pelaksanaan Pengumpulan Data.....	46
3.6 Sejarah Singkat Perusahaan.....	47

3.7	Profil Restoran “A”	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Gambaran Umum Restoran	49
4.1.1	Struktur Organisasi.....	49
4.1.2	Deskripsi Pekerjaan.....	50
4.2	Langkah-Langkah Implementasi <i>Revenue Management</i>	53
4.2.1	Menetapkan <i>Baseline</i>	54
4.2.2	Analisis penyebab permasalahan melalui <i>Service Blueprinting</i>	71
4.2.3	Analisis penyebab permasalahan melalui diagram <i>fishbone</i>	76
4.3	Hasil Wawancara dan FGD	87
4.3.1	Wawancara dengan informan SA, HD, dan NA	87
4.3.2	FGD dengan Manajemen Pusat Restoran “A”	94
4.4	Menyusun Strategi Revenue Management	97
4.4.1	<i>Duration Management</i>	98
4.4.2	<i>Capacity Management</i>	100
4.5	Pembahasan	101
BAB V SIMPULAN.....		105
5.1	Simpulan.....	105
5.2	Implikasi Penelitian	106
5.2.1	Implikasi Teoritis	106
5.2.2	Implikasi bagi organisasi.....	107
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	108
DAFTAR PUSTAKA		110

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Meta Analisis Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.1 <i>Average Check</i> Restoran “A” bulan Mei 2022	56
Tabel 4.2 <i>Average Check</i> Restoran “A” bulan Agustus 2022.....	57
Tabel 4.3 <i>Seat Occupancy</i> di Restoran “A” periode Mei 2022.....	58
Tabel 4.4 <i>Seat Occupancy</i> di Restoran “A” periode Agustus 2022.....	59
Tabel 4.5 RevPASH Restoran “A” periode Mei 2022 (Rp).....	61
Tabel 4.6 RevPASH Restoran “A” periode Agustus 2022 (Rp).....	62
Tabel 4.7 <i>Meal Duration</i> pada Waktu Senggang Operasional Restoran “A”	64
Tabel 4.8 <i>Meal Duration</i> pada Waktu Sibuk Operasional Restoran “A”	65
Tabel 4.9 <i>Meal Duration</i> Waktu Sibuk dan Waktu Senggang di Restoran “A”	67
Tabel 4.10 <i>Meal Duration</i> dengan Waktu Tercepat dan Terlama	67
Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Wawancara	87
Tabel 4.12 Strategi perbaikan dalam aspek <i>Duration Management</i>	98
Tabel 4.13 Strategi perbaikan dalam aspek <i>Capacity Management</i>	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan pelanggan Restoran “A”	3
Gambar 2.1 Faktor strategis RRM Sumber: Nomes, 2021	15
Gambar 3.1 Tahapan Analisis Data Sumber: Miles & Huberman (1994)	46
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Restoran “A”	50
Gambar 4.2 <i>Arrival Patterns</i> Restoran “A” pada Mei 2022 (<i>Peak Season</i>)	55
Gambar 4.3 <i>Arrival Patterns</i> Restoran “A” pada Agustus 2022 (<i>Low Season</i>)	55
Gambar 4.4 <i>Service Blueprinting</i> Restoran “A”	71
Gambar 4.5 <i>Fishbone diagram</i> untuk <i>seat occupancy</i>	77
Gambar 4.6 <i>Fishbone diagram</i> untuk <i>meal duration</i>	82