

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

Pada tahun 1975 didasarkan karena kebutuhan yang meningkat terutama untuk membiayai kebutuhan anak-anak maka muncullah suatu keinginan dari dr. Daniel Nugroho untuk menambah pemasukan melalui usaha sampingan. Pada tahun 1978, dr. Daniel melihat sebuah usaha Bakery di Jakarta “Holland Bakery” Bakery ini terlihat sangat ramai karena pada saat itu masih jarang dan dipadati oleh pembeli. Setelah melihat bakery ini muncullah ide untuk membuka usaha bakery tetapi karena harga oven dan peralatan lainnya tidak terjangkau maka dr. Daniel mencoba untuk mencari peluang bisnis lainnya yang harga peralatannya terjangkau.

Pada akhir tahun 1980, dr. Daniel melihat toko bandeng duri lunak di Jalan Pandanaran Semarang terlihat cukup ramai. Setelah melakukan pengamatan hal tersebut seperti menguntungkan dan muncullah ide untuk membuat bandeng duri lunak. Bersama dengan istrinya Ida Nursanty Dra, Apth, dr. Daniel mencoba untuk membuat bandeng duri lunak bersama istrinya, dr Daniel mencoba untuk membuat bandeng duri lunak selama 3 bulan dengan menggunakan alat *pressure cooker* dapur kecil, setiap harinya mencoba memasak 1 s/d 1,5 kg bandeng. Hasil dari proses percobaan tersebut diberikan pada rekan atau teman yang pandai memasak untuk mendapatkan kritikan dan masukan. Percobaan dan memasak tersebut berhasil dengan baik pada bulan Desember tahun 1980.

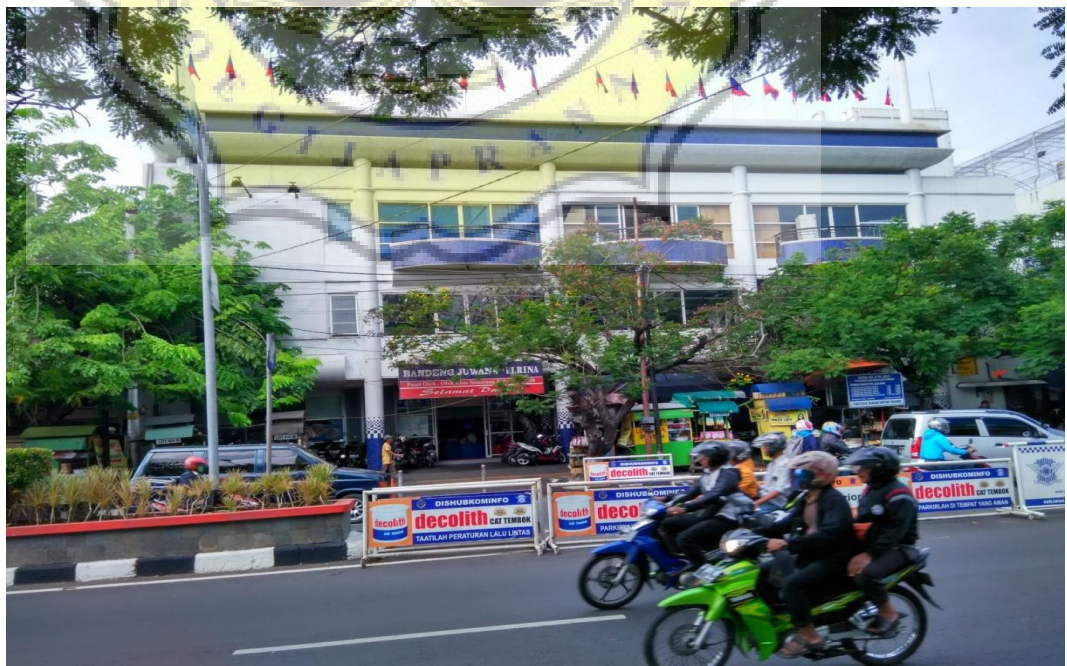
Pada tanggal 3 Januari 1981, dr Daniel sudah mulai untuk menjual bandeng di depan rumahnya yang letaknya di depan ruang tunggu praktek dengan menggunakan 1 almari dan 1 tenaga penjual yaitu pembantu rumah tangga yang ada di rumahnya. Tugas dari tenaga penjual tersebut adalah membantu untuk memasak, mencuci bandeng dan menjual bandeng. Hari pertama menjual bandeng dirumahnya hanya laku terjual 3 ekor, hal ini tidak membuat dr Daniel beserta istrinya patah semangat, tetapi membuat mereka senantiasa tekun dan terus belajar untuk memanfaatkan kesempatan atau peluang bisnis yang ada, hal itulah yang membuat mereka bisa merasakan kemajuan hingga saat ini.

Dari awal berdirinya usaha Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana, usaha ini selalu belajar menggunakan kepekaan untuk mencari peluang-peluang bisnis. Contohnya antara lain:

1. dr. Daniel Nugroho Setiabudhi melihat toko lain pada waktu lebaran tutup padahal pembeli yang ingin berbelanja di Pandanaran berlebihan. Ketika melihat peluang tersebut mereka memanfaatkannya dengan tetap membuka toko pada waktu lebaran.
2. Para pembeli dari toko lain sering mengeluh kalau di toko lain kasirnya kurang ramah, maka dr Daniel berusaha agar kasir di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina ramah terhadap konsumen.
3. dr. Daniel Nugroho Setiabudhi melihat bahwa alat timbangan di toko lain diletakkan tidak berdekatan langsung produk yang dijual, sehingga tidak membuat para konsumen puas karena tidak tahu apakah timbangan bandeng yang dibeli sesuai atau tidak. Maka Toko

Oleh-Oleh Bandeng Juwana meletakkan timbangan di luar supaya konsumen bisa melihat langsung bendeng yang mereka beli ditimbang.

4. Konsumen pernah memberi masukan, mereka tidak bisa melihat contoh-contoh bandeng yang mereka akan beli. Maka contoh produk ditempatkan di luar supaya konsumen bisa memilih sendiri bandeng yang mereka inginkan.
5. Di toko lain tidak ada bagian khusus yang melayani paket pengiriman pesanan bandeng, maka Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina menyediakan bagian khusus untuk paket kiriman pesanan.
6. Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana juga meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dengan cara membentuk team *customer service*



Gambar 4.1. Bandeng Juawana Toko Pandanaran No. 57 Semarang

Dalam membuka usaha ini mereka senantiasa berusaha melayani konsumen dengan baik dengan cara menerima kritik dari konsumen. Hal itulah yang membuat Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina setiap tahunnya mengalami kemajuan, kemanapun dr. Daniel pergi, ia selalu memperhatikan usaha/ toko-toko yang ramai dengan pengunjung dan apa yang baik dari toko-toko tersebut akan diterapkan pada Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina. Mereka juga mendengarkan keluhan-keluhan dan nasehat-nasehat dari orang-orang yang lebih berpengalaman.

Visi:

Dua poin penting yang diutamakan adalah wujud kasih dan berkat Tuhan Yang Maha Esa. Maka dari itu, sangat diharapkan bila keberadaan Bandeng Juwana di tengah maraknya dunia usaha yang berkembang pesat sekarang ini dapat mengamalkan kasih Tuhan kepada sesama manusia, termasuk untuk para karyawan dan pelanggan Bandeng Juwana.

Misi :

1. Memacu kreatifitas dan kualitas dari para pekerja di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina untuk menciptakan produk-produk baru yang berkualitas (baik di sisi rasa, bentuk, pengemasan, dan kebersihan) yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dari pelanggan Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina
2. . Dapat terciptanya suatu kerja sama yang bersifat saling menguntungkan antar sesama karyawan, pelanggan, dan dengan masyarakat sekitar. Hal ini

disebabkan keberadaan mereka merupakan faktor pendukung yang penting bagi perkembangan Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina.

Prinsip Kerja:

1. Bertumbuh menjadi besar dalam kasih

Setiap pertumbuhan dan kemajuan yang telah dicapai dan dialami oleh Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina merupakan suatu perwujudan kasih dan berkat dari Tuhan Yang Maha Esa. Oleh karena itu keberadaan Bandeng Juwana Erlina ditengah-tengah maraknya dunia usaha yang terus menerus berkembang ini adalah untuk mengamalkan kasih Kepada Tuhan Yang Maha Esa dan sesama manusia. Sehingga Bandeng Juwana Erlina berusaha untuk mengutamakan kasih dalam menjalankan usahanya baik untuk karyawan, pelanggan dan lingkungan sekitar.

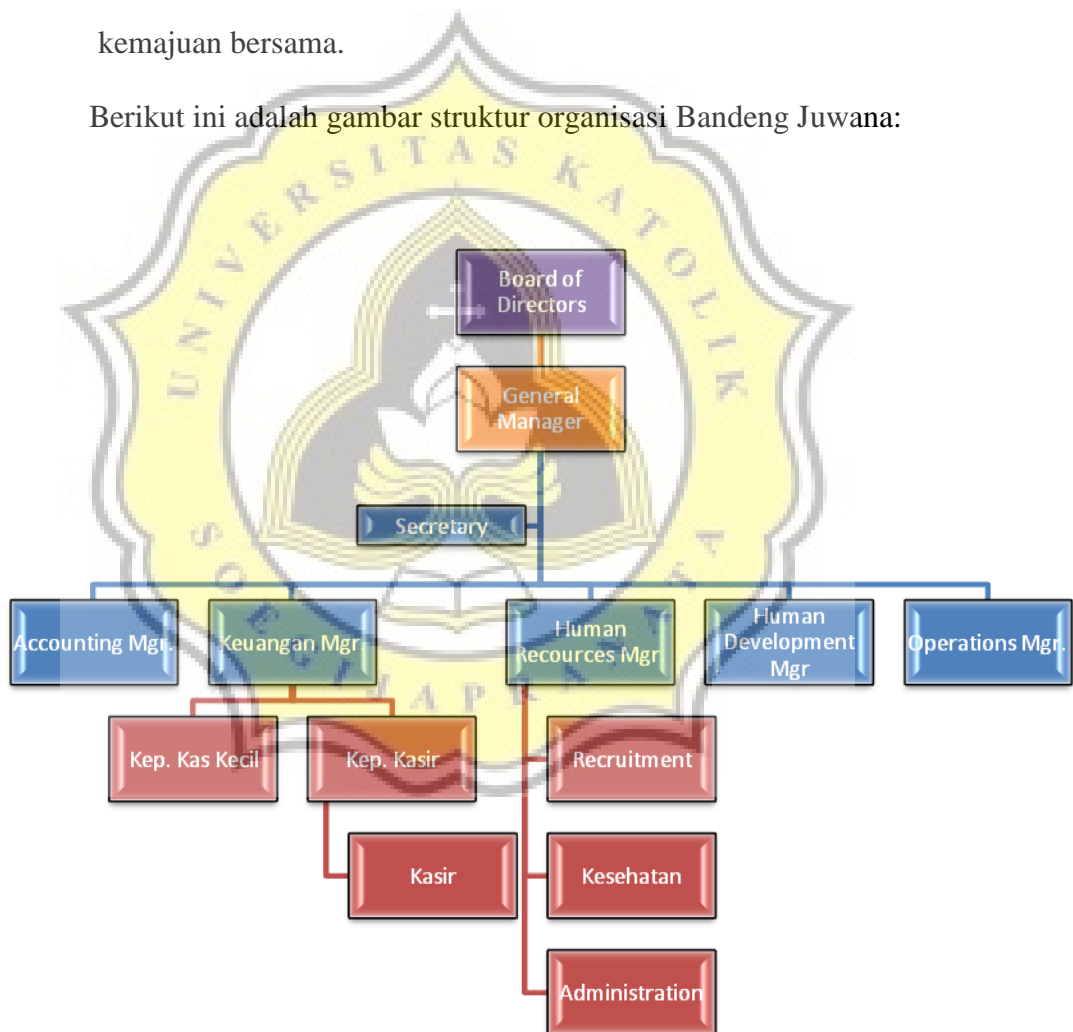
2. Kreativitas dan berkualitas

Perkembangan dan pertumbuhan Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina tidak lepas dari kreativitas untuk menciptakan produk-produk baru yang berkualitas. Dengan adanya ide-ide dan gagasan baru yang terus menerus ini diharapkan bisa menambah kepuasan untuk pelanggan. Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina berupaya untuk selalu memperlihatkan kualitas baik itu mengenai rasa, bentuk produk, pengemasan, kebersihan, dan pelayanan, sehingga Bandeng Juwana Erlina senantiasa berusaha untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan.

3. Saling menguntungkan

Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina senantiasa membina dan menjalin hubungan baik dengan karyawan, pelanggan dan lingkungan masyarakat, karena keberadaan mereka merupakan faktor pendukung yang penting bagi Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina. Yang diharapkan bisa tercipta kondisi yang saling menguntungkan menuju kemajuan bersama.

Berikut ini adalah gambar struktur organisasi Bandeng Juwana:



Gambar 4.2. Struktur Organisasi Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana

Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina merupakan salah satu pusat oleh-oleh di Kota Semarang yang tidak hanya menyediakan oleh-oleh khas Semarang

saja, tetapi juga menyediakan macam-macam oleh-oleh khas Jawa Tengah. Usaha ini berdiri sejak 1981. Produk andalan dari Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina adalah bandeng duri lunak yang diproses dari bandeng pilihan sehingga menghasilkan produk yang berkualitas. Selain itu, Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Erlina tidak hanya menyediakan Bandeng Duri Lunak saja, melainkan aneka produk olahan lainnya dengan bahan dasar bandeng seperti Otak-otak Bandeng, Bandeng Asap, Bandeng Asap Boneles, Bandeng Teriyaki, Bandeng Pepes, dan Bandeng dalam Sangkar, dan lain-lain.

4.2. Gambaran Umum Responden

Penyebaran kuesioner pada penelitian ini dilakukan kepada 6 orang responden penelitian. Berikut ini adalah tabel yang menjelaskan gambaran umum responden pada penelitian ini:

Tabel 4.1. Gambaran Umum Responden

Keterangan	Direktur		Staff karyawan	
	F	%	F	%
Jenis kelamin:				
a. Laki-laki	1	100%	0	0%
b. Perempuan	0	0%	5	100%
Usia:				
a. 31-40 th	0	0%	3	60%
b. 41-50 th	0	0%	2	40%
c. 51-60 th	1	100%	0	0%
TOTAL:	1	100%	5	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa ternyata direktur berjenis kelamin laki-laki dan berusia antara 51-60 tahun, sedangkan responden karyawan, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu

100 %. Sebagian besar responden berusia antara 31-40 tahun (60%) dan sisanya berusia antara 41-50 tahun (40%).

4.3. Hasil Penelitian Toko Oleh-oleh Bandeng Juwana Pandanaran Sebelum dan Sesudah Regulasi Pemkot Tentang Larangan Parkir Di Jalan Pandanaran, Semarang

Larangan parkir dibagi menjadi dua jenis yaitu larangan parkir berdasarkan tempat dan larangan berdasarkan waktu. Larangan parkir berdasarkan tempat berlaku di tempat yang dianggap rawan kecelakaan. Larangan parkir berdasarkan waktu berlaku di beberapa daerah yang sering menjadi pusat kemacetan pada jam tertentu, sehingga pada waktu tersebut berlaku larangan parkir dengan tujuan memecah masalah kemacetan arus lalu lintas (Wibowo, 2003). Sebelum diberlakukan larangan parkir di bahu jalan Pandanaran, produk yang terjual di toko oleh – oleh Bandeng Juwana Pandanaran meningkat setiap tahunnya terutama di libur lebaran, natal dan tahun baru walaupun toko oleh – oleh Bandeng Juwana tidak memberi diskon atau bonus untuk pembelian produk. Saluran distribusi produk dari pabrik di Kawasan Industri LIK dan Kawasan Industri Gatot Subroto di fokuskan di toko oleh – oleh Bandeng Juwana Pandanaran. Setelah ada larangan parkir di bahu jalan Pandanaran, produk yang terjual di toko oleh – oleh Bandeng Juwana Pandanaran menurun hingga 5 % - 6 % dan saluran distribusi produk diseimbangkan dengan cabang toko oleh – oleh Bandeng Juwana di Jalan Pamularsih, rumah makan Elrina, dan toko roti Dyriana.

4.3.1. 7 P atau Bauran Pemasaran

Analisis penelitian ini berdasarkan 7P atau bauran pemasaran, yaitu tujuh *marketing mix* yang memiliki dampak dari larangan parkir Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana diukur dengan indikator: Produk yang dijual, promosi yang dilakukan, *place* atau distribusi, harga, orang (*people*), *physical evidence*, dan proses.

4.3.3.1. Produk

Produk merupakan jumlah produk dari *supplier* dan yang diproduksi sendiri sebelum dan setelah ada larangan parkir di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana, ditinjau dari jumlah produk yang dijual, varian produk dan intensitas pengiriman dari *supplier*. Berdasarkan pada hasil wawancara peneliti dengan subjek penelitian tentang produk bagi Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 4.2. Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Produk

No	Pertanyaan	Sebelum ada larangan parkir	Setelah ada larangan parkir	Kesimpulan
1	Dilihat dari unsur 7P bagaimana larangan parkir pada Toko Oleh-Oleh Bandeng juwana ditinjau dari jumlah penjualan produk yang terjual di Toko Oleh-Oleh Bandeng juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir?	Jumlah penjualan produk yang terjual meningkat tiap tahunnya, terutama saat libur lebaran dan libur natal.	Jumlah penjualan produk yang terjual di toko oleh – oleh Bandeng Juwana Pandanaran menurun 5 % - 6 % dalam kurun waktu januari 2015 hingga desember 2016.	Jumlah penjualan produk yang terjual di toko sebelum ada larangan parkir terus meningkat tiap tahunnya dibandingkan setelah adanya larangan parkir di bahu jalan Pandanaran jumlah produk yang terjual mengalami penurunan 5%- 6%

2.	Bagaimanakah jumlah varian produk yang dijual di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Pandanaran sebelum dan setelah adanya larangan parkir?	Jumlah varian produk yang dijual di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana ada 59 varian produk diantaranya bandeng duri lunak, bandeng boneless, bandeng otak-otak, bandeng bakar, bandeng oven, bandeng asap, dan lainnya.	Jumlah varian produk yang dijual di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Pandanaran tetap yaitu 59 varian produk olahan dari ikan bandeng, diantaranya ada bandeng duri lunak, otak-otak, oven, sate, teriyaki, asap, lumpia bandeng, tahu bakso bandeng, pepes bandeng	Untuk jumlah varian produk yang dijual di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Pandanaran baik sebelum dan setelah ada larangan parkir tetap sejumlah 59 varian produk dari olahan ikan bandeng.
3.	Bagaimanakah intensitas pengiriman bahan baku dan produk dari supplier sebelum dan setelah adanya larangan parkir?	Intensitas pengiriman bahan baku dan produk dari <i>supplier</i> 3 kali dalam satu bulan, bahkan lebih dari 3 kali dalam satu bulan jika pada libur natal atau lebaran.	Intensitas pengiriman bahan baku dan produk dari <i>supplier</i> menurun hanya 1 – 2 kali dalam satu bulan termasuk pada libur natal 2014 dan lebaran 2016.	Sebelum adanya larangan parkir pengiriman bahan baku dan produk minimal 3 kali dalam satu bulan, dibandingkan setelah adanya larangan parkir, intensitas pengiriman bahan baku dan produk dari <i>supplier</i> menurun hingga 1 – 2 kali dalam satu bulan

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Tabel 4.3. Data Penjualan Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Pandanaran Semarang

2014				2015				2016			
BULAN	Jumlah dalam KG		TOTAL	BULAN	Jumlah dalam KG		TOTAL	BULAN	Jumlah dalam KG		TOTAL
	Pand	PML			Pand	PML			Pand	PML	
Januari	12304,49	2133,61	14438,1	Januari	11659,75	3299,73	14959,48	Januari	10506,16	3576,62	14082,78
Februari	11640,08	2056,92	13697	Februari	9949,15	2973,73	12922,88	Februari	9177,88	2083,55	11261,43
Maret	14284,27	2435,28	16719,55	Maret	1037,1	3536,53	13912,63	Maret	11130,29	3110,37	14240,66
April	13960,76	2190,48	16151,24	April	12222,65	3637,41	15860,06	April	10035,59	4141,28	14176,87
Mei	16037,3	3060,07	19097,37	Mei	13575,41	3782,24	17357,65	Mei	12646,28	3515,12	16161,4
Juni	17220,98	3570,79	20791,77	Juni	13203,27	4196,57	17399,84	Juni	11367,29	3533,04	14900,33
Juli	17695,91	3498,83	21194,74	Juli	17443,13	4790,12	22233,25	Juli	19896,08	5705,23	25601,31
Agustus	16768,63	3638,87	20407,5	Agustus	12583,66	4165,36	16749,02	Agustus	12667,59	3905,29	16572,88
September	13971,37	2644,55	16615,92	September	11388,84	3540,59	14929,43	September	10633,06	3001,06	13634,12
Oktober	14448,72	2728,11	17176,83	Oktober	12459,88	3891,52	16351,4	Oktober	10073,11	2112,03	12185,14
November	12290,84	2912,34	15203,18	November	11841,33	3866,75	15708,08	November	11199,94	3732,08	14932,02
Desember	15373,73	3845,047	19218,78	Desember	15880,47	4792,76	20673,23	Desember	17243,02	4412,59	21655,61
Jumlah	175997,1	34714,9	210712	Jumlah	152583,6	46473,31	199057	Jumlah	146576,3	42828,26	189404,6

Sumber : data primer yang diolah (2017)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Pada penelitian ini untuk produk dibahas dari segi jumlah produk yang dijual, varian produk yang dijual dan intensitas pengiriman dari *supplier*.

Berdasarkan pada tabel 4.3. diketahui bahwa dari segi produk yaitu jumlah atau kuantitas produk yang terjual setelah adanya larangan parkir menjadi berkurang atau menurun sebesar 5% - 6%. Sehingga dapat diketahui bahwa adanya larangan parkir tersebut memberikan penurunan pada tingkat penjualan dan tingkat pendapatan Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana (lihat tabel data 4.3.).

Kemudian ditinjau dari varian produk yang dijual tetap tidak ada perubahan antara sebelum dan setelah adanya larangan parkir. Adapun varian produk yang dijual antara lain adalah Bandeng Duri Lunak, Bandeng otak-otak, bandeng bakar, bandeng oven, bandeng sate, bandeng teriyaki, bandeng asap, bandeng pepes, tahu bakso bandeng, lumpia bandeng. Total ada 59 varian produk yang dapat dilihat perinciannya di Lampiran. Jadi dengan demikian dapat dikatakan tidak ada dampak larangan parkir terhadap varian produk yang dijual oleh Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana.

Untuk intensitas pengiriman dari *supplier* berkurang karena produk yang terjual menurun dan untuk titipan produk dari *supplier* banyak retur. Sebelum ada larangan parkir intensitas kiriman bahan baku dan produk rata – rata 3 kali dari *supplier* dalam satu bulan, tetapi setelah ada larangan parkir intensitas kiriman dari *supplier* berkurang menjadi 1-2 kali dalam satu bulan termasuk pada libur

natal 2014 hingga libur lebaran 2016. Jadi dapat diketahui bahwa larangan parkir tersebut memberikan dampak cukup signifikan bagi Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana ditinjau dari intensitas pengiriman bahan baku dan produk dari *supplier*.

4.3.3.2. Harga

Harga merupakan harga produk yang dijual Toko Oleh-Oleh bandeng juwana sebelum dan setelah ada larangan parkir. Berdasarkan pada hasil wawancara peneliti dengan responden penelitian tentang harga bagi Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 4.4. Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Harga

No	Pertanyaan	Sebelum ada larangan parkir	Setelah ada larangan parkir	Kesimpulan
8	Bagaimana penetapan harga produk dari Toko Oleh-Oleh Bandeng juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir?	Harga produk di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana setiap tahunnya naik menyesuaikan harga bahan baku atau produk dari <i>supplier</i> .	Harga produk di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana ada kenaikan setiap tahunnya mengikuti kenaikan harga bahan baku dan produk dari <i>supplier</i> .	Sebelum dan Setelah adanya larangan parkir penetapan harga produk di Bandeng Juwana setiap tahun naik mengikuti kenaikan harga bahan baku dan produk dari <i>supplier</i>

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan pendapatan, sedang unsur-unsur lain menunjukkan biaya, sehingga dalam menentukan tingkat harga suatu produk perlu adanya perhitungan yang tepat. Pada penelitian ini untuk harga dibahas dari penetapan harga produk Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir.

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa dari segi harga akan berubah ketika bahan baku produksi naik. Berdasarkan hasil wawancara secara

langsung dengan Direktur Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Group Bapak Arif H. Kusmadi jika konsumen mau membeli produk di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana karena mereka membeli untuk oleh – oleh tetapi tidak setiap waktu membeli seperti kebutuhan pokok lainnya karena harga yang ditetapkan tidak murah dan konsumen lebih sulit untuk menjangkau toko karena adanya larangan parkir. Sehingga dapat dikatakan bahwa adanya larangan parkir tidak berdampak pada kebijakan penetapan harga di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana, harga produk di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana tetap naik karena penetapan harga berdasarkan nilai harga bahan baku dan produk dari *supplier*, tetapi harga produk yang ditetapkan oleh Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana sedikit atau banyak mempengaruhi minat beli konsumen dan omset penjualan di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana.

4.2.3.3. Promosi

Promosi merupakan bentuk promosi yang dilakukan Toko Oleh-Oleh Bandeng juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir. Berdasarkan pada hasil wawancara peneliti dengan responden penelitian tentang promosi bagi Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 4.5. Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Promosi

No	Pertanyaan	Sebelum ada larangan parkir	Setelah ada larangan parkir	Kesimpulan
9	Bagaimana promosi yang dilakukan oleh Toko Oleh-Oleh Bandeng juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir?	Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana tidak memberi diskon ataupun promo bonus untuk pembelian produk , melainkan memberi layanan yang prima kepada konsumen	Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana tetap tidak memberi diskon dan bonus untuk pembelian produk, tetapi menambah sarana promosi melalui <i>website</i> Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana yaitu www.bandengjuwana.com	Sebelum ada larangan parkir dan sesudah ada larangan parkir Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Tidak melakukan promosi dengan diskon dan bonus pembelian. Setelah adanya larangan parkir Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana mempromosikan produk melalui <i>website</i> -nya yang menyediakan fasilitas pemesanan produk Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana.

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Di dalam pemasaran, kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada pembeli, lazim disebut kegiatan promosi. Definisi promosi (Basu Swasta, 2002) adalah informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Pada penelitian ini untuk promosi dibahas dari segi promosi yang dilakukan Toko Oleh-Oleh Bandeng juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir.

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa dari segi promosi tidak ada perubahan bentuk promosi dalam penjualan hanya memberi layanan yang prima pada konsumen. Sebelum adanya larangan parkir, promosi dilakukan di

Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana yang pertama melalui pemberian *taster* produk kepada konsumen, berdasarkan wawancara secara langsung dengan Direktur Bandeng Juwana Group Bapak Arif H. Kusmadi pemberian *taster* produk Bandeng Juwana bertujuan agar konsumen dapat merasakan secara langsung rasa dan kualitas dari produk Bandeng Juwana sehingga ekspektasi dari gambaran produk tidak mengecewakan konsumen, yang kedua promosi Bandeng Juwana dari mulut kemulut konsumen (*Word of Mouth*). Setelah adanya larangan parkir, untuk sarana promosi Toko Oleh-Oleh Bandeng juwana melalui *website* yaitu www.bandengjuwana.com. Sehingga dapat diketahui bahwa adanya larangan parkir tersebut memberi pengaruh pada promosi Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana yaitu melalui Website resmi Bandeng Juwana sehingga memberi fasilitas kepada konsumen untuk membeli produk tanpa harus datang ke toko secara langsung.

4.2.3.4. Place (saluran distribusi)

Place/saluran distribusi, Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana memiliki anak cabang atau tidak sebelum dan setelah adanya larangan parkir. Berdasarkan pada hasil wawancara peneliti dengan responden penelitian tentang *place* bagi Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 4.6. Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai *Place*

No	Pertanyaan	Sebelum ada larangan parkir	Setelah ada larangan parkir	Kesimpulan
10	Bagaimana terkait <i>place</i> atau saluran distribusi produk dari pihak toko oleh-oleh Bandeng juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir?	Saluran distribusi produk toko oleh-oleh Bandeng Juwana tidak bergantung pada cabang toko di Jalan Pamularsih karena Toko Bandeng Juwana di Pandanaran lebih ramai dibandingkan cabang Toko oleh – oleh Bandeng Juwana di Jalan Pamularsih.	Saluran distribusi toko oleh – oleh Bandeng Juwana dibagi ke toko oleh - oleh Bandeng Juwana di jalan Pamularsih, rumah makan Elrina, dan toko roti Dyriana.	Sebelum ada larangan parkir saluran distribusi produk Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana difokuskan di toko Pandanaran, namun setelah ada larangan parkir di bahu jalan Pandanaran saluran distribusi produk toko oleh – oleh Bandeng Juwana dibagi ke toko oleh – oleh Bandeng Juwana di Jalan Pamularsih, rumah makan Elrina, dan toko roti Dyriana.

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Place atau saluran distribusi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen. Apabila produsen menghendaki agar para konsumen tetap setia kepada hasil produksinya, mereka harus menjamin produk tersebut mudah diperoleh di berbagai tempat yang diinginkan pembeli atau yang terdekat. Pada penelitian ini untuk *place* dibahas dari segi anak cabang dari Toko Oleh-Oleh Bandeng juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir.

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa dari segi *place* yaitu terkait saluran distribusi produk yang semula di fokuskan pada Toko Oleh-Oleh

Bandeng Juwana Pandanaran setelah ada larangan parkir maka saluran distribusi produk dibagi ke toko oleh – oleh Bandeng Juwana Pamularsih yang dibuka pada bulan Oktober 2013, rumah makan Elrina, dan toko roti Dyriana. Berdasarkan hasil wawancara secara langsung dengan Direktur Bandeng Juwana Group Bapak Arif H. Kusmadi Bandeng Juwana membuka cabang di Pamularsih jauh sebelum adanya larangan parkir ditetapkan pada bulan desember 2014, karena memang sudah terfikirkan tidak dapat selamanya hanya mengandalkan toko di Jalan Pandanaran yang semakin ramai sehingga untuk memecahkan keramaian toko di Pandanaran beliau mencari lokasi untuk cabang toko yang strategis dan dimungkinkan tersedia lahan parkir yang cukup luas. Setelah adanya larangan parkir, cabang Bandeng Juwana yang terletak di Pamularsih Semarang lebih ramai, karena lokasinya yang dekat dengan Bandara kota Semarang sehingga menjadi alternatif tempat untuk membeli produk Bandeng Juwana dengan nyaman tanpa terburu – buru dan parkir yang tidak berjauhan dari toko. Sehingga dapat diketahui bahwa adanya perbedaan *place* / saluran distribusi produk Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir.

4.2.3.5. People

People merupakan karyawan di bagian pemasaran dan penjualan dari pihak Bandeng Juwana yang melayani konsumen sebelum dan setelah adanya larangan parkir. Berdasarkan pada hasil wawancara peneliti dengan responden penelitian tentang *people* bagi Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 4.7. Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai *People*

No	Pertanyaan	Sebelum ada larangan parkir	Setelah ada larangan parkir	Kesimpulan
11	Bagaimana pelayanan dari karyawan (<i>people</i>) toko oleh-oleh Bandeng Juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir?	Karyawan di toko bagian pemasaran dan penjualan membantu konsumen untuk mengenal produk, meyakinkan kualitas produk, melakukan transaksi pembayaran, dan membawakan produk konsumen yang berbelanja dalam jumlah banyak.	Karyawan di toko bagian pemasaran dan penjualan membantu konsumen untuk mengenal produk, meyakinkan kualitas produk, melakukan transaksi pembayaran, dan membawakan produk konsumen yang berbelanja dalam jumlah banyak.	Sebelum dan sesudah adanya larangan parkir karyawan di bagian pemasaran dan penjualan Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Pandanaran membantu konsumen untuk mengenal produk, meyakinkan kualitas produk, melakukan transaksi pembayaran, dan membawakan produk konsumen yang berbelanja dalam jumlah banyak.

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

People merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi *people* yang merupakan karyawan dengan *performance* tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan yang bekerja dengan baik akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Pada penelitian ini untuk *people* dibahas dari segi pelayanan dari karyawan (*people*) Toko Oleh-Oleh Bandeng juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir.

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa dari segi *people* pada Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana tidak ada perubahan, tetapi toko oleh – oleh Bandeng Juwana meningkatkan kualitas kerja karyawannya. Berdasarkan hasil

wawancara secara langsung dengan direktur Bandeng Juwana Bapak Arif H. Kusmadi, bentuk peningkatan kualitas kerja karyawan yaitu melalui wawancara dan *training*, sedangkan untuk kriteria penerimaan karyawan baru di bagian pemasaran dan penjualan sebelum dan sesudah ada larangan parkir tidak berubah, yaitu minimal pendidikan SMA atau setara dan kontrak kerja di evaluasi setiap setahun sekali yang sebelumnya evaluasi kerja dilakukan 3 tahun sekali. Bandeng Juwana melakukan *training* kepada karyawannya agar memiliki kemampuan yang sama, pengetahuan produk, dan memberi pelayanan kepada konsumen dengan efektif dan lebih baik dari sebelumnya. Sehingga dengan adanya larangan parkir tersebut dapat diketahui bahwa berpengaruh pada peningkatan kualitas kerja karyawan (*people*) Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana.

4.2.3.6. *Process*

Process merupakan proses jual dan beli produk dari Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana kepada konsumen, *loading* barang, *packing* dan layanan antar sebelum dan setelah adanya larangan parkir. Berdasarkan pada hasil wawancara peneliti dengan responden penelitian tentang *process* bagi Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 4.8. Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai *Process*

No	Pertanyaan	Sebelum ada larangan parkir	Setelah ada larangan parkir	Kesimpulan
13	Bagaimana proses transaksi di toko oleh-oleh Bandeng juwana sebelum dan	Proses transaksi bagi konsumen hanya dapat membeli produk langsung di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana	Proses transaksi di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana konsumen dapat membeli secara online yaitu <i>website</i> resmi dan nomor	Proses transaksi di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Pandanaran sebelum ada larangan parkir pembelian hanya di toko dan pembayaran

	setelah adanya larangan parkir?	saja konsumen datang, ambil barang/order produk dan membayar di kasir	<i>whatsapp</i> Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana, pembayaran melalui transfer . kedepannya kami pikirkan kemudahan transaksi bagi konsumen kepada Bandeng Juwana dan pelayanan kami tingkatan sesuai kebutuhan konsumen.	secara tunai di kasir, setelah ada larangan parkir proses transaksi dapat berupa transfer bagi konsumen yang melakukan transaksi melalui <i>website</i> dan nomor <i>whatsapp</i> .
14	Dilihat dari unsur bongkar muat apakah setelah ada larangan parkir menjadikan lebih efektif atau lambat? Mengapa demikian?	<i>Supplier</i> dapat parkir dibahu jalan, walaupun memasukan bahan baku dan produk tetap melalui gudang di belakang toko jalan Randusari sehingga proses bongkar muat lebih cepat.	Proses bongkar muat bahan baku dan produk dari <i>supplier</i> hanya melalui gudang di belakang toko jalan Randusari. Proses bongkar muat bahan baku dan produk dari <i>supplier</i> menjadi lebih lama setelah ada larangan parkir, jika parkir di belakang toko penuh <i>supplier</i> harus menunggu hingga selesai dan <i>supplier</i> merasa lebih lama untuk menurunkan produk kirimannya.	Untuk proses bongkar muat atau <i>loading</i> barang dari <i>supplier</i> sebelum ada larangan parkir mobil <i>supplier</i> bisa parkir di depan Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Pandanaran, setelah ada larangan parkir proses bongkar muat menjadi lebih lama karena proses bongkar muat <i>supplier</i> hanya bisa dilakukan di belakang toko di jalan Randusari, jika jalan di belakang toko penuh maka <i>supplier</i> harus memutar atau menunggu dahulu hingga mobil mereka dapat parkir di belakang toko untuk menurunkan bahan baku dan produknya.
15	Bagaimana layanan <i>packing</i> dan <i>delivery</i> bagi konsumen dari toko oleh-oleh	Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana menyediakan layanan <i>wrapping</i> dus dan kantong plastik.	Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana menyediakan layanan <i>wrapping</i> menggunakan dus dan plastik. Untuk	Sebelum adanya larangan parkir Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana menyediakan layanan <i>packing</i> dengan plastik dan

	Bandeng juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir?	Layanan <i>delivery</i> dalam kota menggunakan armada milik Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana yaitu 5 kendaraan bermotor dan 4 mobil, untuk layanan <i>delivery</i> luar kota toko Oleh – oleh Bandeng Juwana bekerjasama dengan JNE.	layanan <i>delivery</i> dalam kota jumlah armada ditambah menjadi 10 kendaraan bermotor dan 6 mobil, untuk layanan antar keluar kota toko oleh oleh Bandeng Juwana bekerja sama dengan JNE sehingga memudahkan konsumen yang ingin mengirimkan produk belanjanya ke luar kota dalam waktu yang cepat	<i>wrapping</i> untuk produk yang akan dibawa keluar kota atau bandara, dengan jumlah armada layanan antar 5 kendaraan bermotor dan 4 mobil untuk dalam kota dan bekerjasama dengan JNE. Setelah ada larangan parkir layanan <i>packing</i> dan <i>delivery</i> tetap sama tetapi jumlah armada bertambah menjadi 10 kendaraan bermotor dan 6 mobil untuk layanan antar dalam kota. Layanan <i>packing</i> dan <i>delivery</i> sangat bermanfaat bagi konsumen Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana karena konsumen merasa lebih nyaman dan aman untuk membawa produk oleh-olehnya.
--	--	---	--	--

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Proses merupakan seluruh prosedur, mekanisme dan kebiasaan di mana sebuah jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan-keputusan kebijakan tentang beberapa keterlibatan pelanggan dan persoalan-persoalan keleluasaan karyawan. Pada penelitian ini untuk proses dibahas dari

segi proses transaksi dan bongkar muat dari Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir.

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa dari segi proses transaksi yaitu transaksi pembayaran bisa melalui transfer bagi konsumen yang membeli produk lewat *website* dan nomer *whatsapp*, tunai maupun debit serta didepan toko disediakan mesin atm demi kemudahan bertransaksi konsumen. Sehingga dapat diketahui bahwa adanya larangan parkir tersebut dapat diketahui berpengaruh pada proses transaksi pembayaran kepada Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana.

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa dari segi layanan *packing* dan *delivery* ada perubahannya, kini konsumen semakin memilih hal praktisnya, mereka memanfaatkan layanan *packing* berupa dus beserta laminasi untuk oleh – oleh yang akan dikirimkan keluar kota atau dibawa ke bandara dan bebas biaya *delivery* bagi konsumen yang mengirimkan di dalam kota Semarang di dukung dengan jumlah armada milik toko oleh – oleh Bandeng Juwana yang bertambah menjadi 10 kendaraan bermotor dan 6 mobil, sedangkan pengiriman ke luar kota semarang menggunakan armada Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana dengan tambahan biaya atau konsumen memanfaatkan jasa pengiriman barang JNE yang tersedia di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana untuk mengirim produk yang dibeli keluar kota dalam waktu yang lebih singkat. Sehingga dapat diketahui bahwa adanya larangan parkir tersebut berpengaruh pada proses *packing* dan *delivery* di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana.

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa dari segi proses bongkar muat barang (*loading*) ada pengaruhnya, proses bongkar muat barang yang

sebelumnya bisa dilakukan di bahu jalan Pandanaran, karena adanya larangan parkir maka para supplier harus memutar dahulu untuk menurunkan barang dan berdasarkan hasil wawancara secara langsung dengan Direktur Bandeng Juwana Group Bapak Arif H. Kusmadi, proses pengiriman barang lebih lama karena *supplier* hanya dapat menurunkan kirimannya di gang kecil jalan Randusari yang berada di belakang toko sedangkan sebelumnya kendaraan mereka bisa parkir di halaman toko. Sehingga dapat diketahui bahwa adanya larangan parkir tersebut menjadikan proses bongkar muat barang (*loading*) di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana menjadi lebih lama.

4.2.3.7. *Physical evidence*

Physical evidence merupakan bukti fisik dalam hal mengubah layout toko dan menyediakan lahan parkir bagi konsumen Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir. Berdasarkan pada hasil wawancara peneliti dengan responden penelitian tentang *physical evidence* bagi Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 4.9. Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai *Physical Evidence*

No	Pertanyaan	Sebelum ada larangan parkir	Setelah ada larangan parkir	Kesimpulan
16	Bagaimana bukti fisik atau <i>physical evidence</i> terkait <i>layout</i> toko dari Toko Oleh-Oleh Bandeng juwana sebelum dan setelah adanya	Layout toko hanya ditata dengan rapi dan proses pembelian produk bersamaan dengan proses pembayaran	<i>Layout</i> toko dibuat lebih baik dan efektif dengan disediakan keranjang belanja, tempat pemesanan dan pembayaran di bedakan	Sebelum ada larangan parkir layout toko di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Pandanaran untuk tempat pembelian dan pembayaran menjadi satu sehingga konsumen menjadi

	larangan parkir?			lebih lama untuk memilih dan membayar produknya, Setelah adanya larangan parkir, Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana menata ulang <i>layout</i> toko di Pandanaran menjadi lebih baik, mulai penataan produk, tempat order dan kasir dipisahkan sehingga konsumen bisa lebih cepat dan efektif memilih produk oleh – olehnya.
17	Bagaimana bukti fisik atau <i>physical evidence</i> terkait tempat parkir bagi konsumen dari toko oleh-oleh Bandeng juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir?	Konsumen dapat parkir di bahu jalan Pandanaran dan halaman toko dengan kapasitas 1 hingga 2 mobil.	Toko oleh-oleh Bandeng Juwana memanfaatkan seluruh halaman toko yang tidak terlalu luas untuk parkir mobil dengan kapasitas 6-8 mobil dan kendaraan konsumen	Sebelum adanya larangan parkir lahan parkir yang tersedia pada halaman toko hanya 1 -2 mobil sajadan setelah ada larangann parkir halaman toko sepenuhnya dimanfaatkan untuk parkir mobil dengan kapasitas 6 – 8 mobil dan kendaraan konsumen

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Physical evidence (bukti fisik) seperti kondisi bangunan dan ketersediaan lahan parkir ini meliputi konsumen yang lebih menuntut dan memerlukan tingkat hasil kerja yang lebih tinggi, semakin pentingnya layanan dan kebutuhan konsumen untuk membangun hubungan yang dekat dan lebih langgeng dengan pelanggan. Building merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter. Perhatian terhadap interior, perlengkapan bangunan, termasuk

lightning system, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi minat berbelanja pengunjung. Pada penelitian ini untuk *Physical evidence* (bukti fisik) dibahas dari segi *layout* dan tempat parkir dari Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana sebelum dan setelah adanya larangan parkir.

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa dari segi *Physical evidence* (bukti fisik) *layout* yaitu ada perubahannya, penataan produk di toko kini dibuat lebih efektif dan disediakan keranjang belanja agar konsumen merasa nyaman saat berbelanja di toko, terutama saat ramai dengan pengunjung. Berdasarkan hasil wawancara secara langsung dengan direktur Bandeng Juwana Group Bapak Arif H. Kusmadi disediakan Waroeng Bandeng di lantai dua toko dan bangunan sebelah yang semula apotek diubah menjadi toko Bandeng Juwana sehingga konsentrasi belanja konsumen dapat terbagi untuk makan atau ke bangunan sebelahnya sehingga lebih cepat untuk memilih produk yang akan dibeli. Sehingga dapat diketahui bahwa adanya larangan parkir tersebut berpengaruh pada *Physical evidence* (bukti fisik) *layout* di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana.

Ditinjau dari segi *Physical evidence* (bukti fisik) tempat parkir yaitu ada perubahannya, sebelum adanya larangan parkir di bahu jalan, kendaraan konsumen bisa parkir di halaman toko 1- 2 mobil saja, namun setelah adanya larangan parkir halaman toko yang semula untuk *display* produk dimanfaatkan untuk parkir mobil dengan kapasitas 6 – 8 mobil dan kendaraan dari konsumen tetapi untuk kendaraan konsumen yang menggunakan bus tidak bisa parkir di halaman toko melainkan parkirnya jauh dari toko. Sehingga dapat diketahui

bahwa adanya larangan parkir tersebut berpengaruh pada *Physical evidence* (bukti fisik) lahan parkir di Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana.

Maka berdasarkan pada uraian tersebut diketahui bahwa 7P atau bauran pemasaran, yaitu tujuh *marketing mix* antara sebelum dan setelah larangan parkir Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana diukur dengan indikator: Produk yang dijual, promosi yang dilakukan, *place* atau distribusi, harga, orang (*people*), *physical evidence*, dan proses ada perbedaan antara sebelum dan setelah adanya larangan parkir.

Berdasarkan tabel hasil identifikasi usaha di toko oleh – oleh Bandeng Juwana mengenai 7P (*product, price, promotion, place, people, proses, physical evidence*) maka dapat disusun rekapitulasi sebagai berikut :

Tabel 4.10. Rekapitulasi Keseluruhan Mengenai 7P

No	7P	Kesimpulan
1	Produk	Jumlah penjualan produk yang terjual setelah adanya larangan parkir menjadi berkurang atau menurun sebesar 5% - 6%. Untuk jumlah varian produk yang dijual di Toko Oleh-oleh Bandeng Juwana Pandanaran tetap, dan Intensitas pengiriman bahan baku dan produk dari supplier meurun hingga 1 -2 kali dalam satu bulan pengiriman yang sebelumnya dapat mengirim dengan rata – rata 3 kali dalam satu bulan. Jadi ada perubahan penjualan sebelum dan setelah ada larangan parkir.
2	<i>Price</i>	Dari segi harga setiap tahunnya harga produk di Toko Oleh-oleh Bandeng Juwana akan naik karena menyesuaikan harga bahan baku produksi atau produk dari <i>supplier</i> . Jadi tidak ada perubahan harga sebelum dan setelah ada larangan parkir.
3	<i>Promotion</i>	Toko oleh – oleh Bandeng Juwana tidak memberi promosi dalam penjualan baik berupa diskon dan bonus pembelian produk di Toko Oleh-oleh Bandeng Juwana, hanya memberi layanan yang prima pada konsumen. Sehingga dapat diketahui bahwa adanya larangan parkir tersebut mendorong pihak Bandeng Juwana menambah sarana promosi yaitu melalui <i>Website</i> resmi Bandeng Juwana (www.bandengjuwana.com) dan memberi fasilitas

		kepada konsumen untuk membeli produk tanpa harus datang ke toko secara langsung yaitu melalui <i>website</i> dan nomor <i>whatsapp</i> Bandeng Juwana. Jadi ada perubahan sebelum dan sesudah ada larangan parkir.
4	<i>Place</i>	Terkait saluran distribusi produk yang semula di fokuskan pada Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Pandanaran setelah ada larangan parkir maka saluran distribusi produk dibagi ke toko oleh – oleh Bandeng Juwana Pamularsih, rumah makan Elrina, dan toko roti Dyriana. Jadi ada perubahan sebelum dan setelah ada larangan parkir.
5	<i>People</i>	Karyawan di bagian pemasaran dan penjualan tetap bertugas untuk memperkenalkan produk, meyakinkan kualitas produk, membantu transaksi pembayaran dan membawakan produk konsumen yang membeli dalam jumlah banyak. Jadi sebelum dan setelah adanya larangan parkir pelayanan karyawan toko oleh – oleh Bandeng Juwana tidak ada perubahan.
6	<i>Process</i>	Setelah dan sebelum adanya larangan parkir toko oleh – oleh Bandeng Juwana meyediakan layanan <i>packing</i> berupa plastik dan <i>wrappacking</i> . Toko oleh – oleh Bandeng Juwana meningkatkan layanan <i>delivery</i> dengan menambah jumlah armada dan bekerja sama dengan JNE. Transaksi pembelian dapat melalui <i>website</i> atau nomor <i>whatsapp</i> dengan pembayaran melalui transfer. Untuk proses bongkar muat bahan baku dan produk menjadi lebih lama, sehingga ada perubahan pada proses <i>delivery</i> , proses pembayaran, dan proses bongkar muat.
7	<i>Physical Evidence</i>	Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana memisahkan tempat untuk konsumen memilih produk dan membayar produk (<i>Layout</i>) sehingga diharapkan waktu berbelanja konsumen lebih cepat, menyediakan keranjang belanja, dan sarana parkir di halaman toko. Jadi ada perubahan sebelum dan setelah ada larangan parkir.

Dari hasil rekapitulasi identifikasi usaha di toko oleh – oleh Bandeng Juwana berdasarkan aspek 7P yang mengalami perubahan setelah ada larangan parkir adalah penjualan *product*, *promotion*, *place*, *proces*, dan *physical evidence*. Aspek 7P di toko oleh – oleh Bandeng Juwana yang tidak mengalami perubahan setelah ada larangan parkir adalah *price* dan *people*.