

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara secara langsung pada pihak yang terkait. Penulis menyimpulkan hasil analisis penelitian berdasarkan 7P atau bauran pemasaran, yaitu tujuh *marketing mix* pada Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana diukur dengan indikator: Produk yang dijual, promosi yang dilakukan, *place* atau distribusi, harga, orang (*people*), *physical evidence*, dan proses antara sebelum dan setelah adanya larangan parkir adalah sebagai berikut :

1. Dari segi penjualan produk yaitu jumlah 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.
2. Dari segi harga setiap tahunnya harga produk di Toko Oleh-oleh Bandeng Juwana akan naik karena menyesuaikan harga bahan baku produksi atau produk dari *supplier*.
3. Dari segi promosi tidak ada perubahan bentuk 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 dikatakan bahwa adanya larangan parkir tersebut mendorong pihak Bandeng Juwana menambah sarana promosi yaitu melalui *Website* resmi Bandeng Juwana dan memberi fasilitas kepada konsumen untuk membeli produk tanpa harus datang ke toko secara langsung yaitu melalui *website* dan nomor *whatsapp* Bandeng Juwana.

4. 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, rumah makan Elrina, dan toko roti Dyriana.
5. Dari segi *people* setelah adanya larangan parkir pelayanan karyawan di bidang pemasaran dan penjualan tetap sama, tetapi karyawan didorong untuk memberi layanan yang lebih prima dengan meningkatkan kualitas kerja karyawan, yaitu dengan meningkatkan standar penerimaan karyawan di bagian pemasaran dan penjualan, mengevaluasi kinerja setiap tahun, dan memberi *training* agar setiap karyawan menguasai produk *knowledge* dari produk yang dijual di toko oleh – oleh Bandeng Juwana Pandanaran setelah adanya larangan parkir.
6. Dari segi proses sebelum dan setelah adanya larangan parkir toko oleh – oleh Bandeng Juwana menyediakan layanan packing berupa plastik dan *wrappacking*. Setelah ada larangan parkir toko oleh – oleh Bandeng Juwana meningkatkan layanan delivery dengan menambah jumlah armada

dan bekerja sama dengan JNE. Transaksi pembelian dapat melalui *website* atau nomor *whatsapp* dengan pembayaran melalui transfer.

7. Dari segi *Physical evidence* (bukti fisik) layanan yaitu layout toko mengalami perubahan setelah ada larangan parkir Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana memisahkan tempat untuk konsumen memilih produk dan membayar produk sehingga diharapkan waktu berbelanja konsumen lebih cepat, menyediakan keranjang belanja, dan sarana parkir di halaman toko.

5.2. SARAN

Sedangkan saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana: diharapkan Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana Pandanaran untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan melakukan promosi yang atraktif supaya konsumen lebih banyak yang mengetahui tentang kualitas produk dan layanan toko oleh-oleh Bandeng Juwana Pandanaran.
2. Selain itu diharapkan supaya Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana menambah layanan valet dan memberikan informasi mengenai lahan parkir sesuai dengan aturan pemerintah sebagai contoh lahan parkir di depan Bank BRI Pandanaran, area Museum Mandala Bakti, dan di kawasan Batan Miroto Semarang.

3. Untuk pemilik Toko Oleh-Oleh Bandeng Juwana dapat menjadi masukan dalam hal aspek pemasaran untuk mengembangkan usahanya di masa mendatang khususnya terkait 7P.

