

BAB V

PENUTUPAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan dalam pemaparan marketing mix pada produk batik semarangan di Kampung Batik Rejomulyo Semarang yaitu:

1. Berdasarkan landasan teori dalam *Marketing Mix* yaitu terdiri dari 4P Prodcut, Prize, Place, Promotion yang disampaikan oleh Kotler & Keller (2016), Kampung Batik Rejomulyo sudah menerapkan dan memenuhi marketing mix yang sesuai pada produk batik semarangan.
2. Kampung batik Rejomulyo sudah dapat membuat kota Semarang melalui produk batik semarangannya menciptakan citra kota semarang yang dikenal dengan hasil produk batiknya.
3. Para pedagang kampung batik rejomulyo melakukan pemasaran dengan memenuhi teori yang terdapat dalam *marketing mix*, terutama fokusnya pada produk batik semarangan yang membuat kampung batik Rejomulyo dapat dikenal oleh masyarakat luas kota Semarang dan luar kota Semarang.
4. Kepala Kelurahan Rejomulyo sangat memperhatikan terhadap perkembangan kampung batik Rejomulyo Semarang, karena Pak Dwi Sulistyono sebagai Ketua

Kelurahan Rejomulyo bertanggung jawab terhadap citra yang berkembang terhadap kampung batik rejomulyo Semarang di mata masyarakat lokal atau pun luar kota.

5. Kampung Batik Rejomulyo dapat melakukan pemasaran dengan baik terhadap batik semarangan melalui pemaparan marketing mix yang dilakukan, melalui produk yang ditawarkan di Kampung batik Rejomulyo Semarang.

Saran

Melihat hasil kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, dan kebenaran yang terjadi di lapangan. Peneliti memberikan sarans sebagai berikut:

1. Saran dari peneliti terhadap Kampung Batik Rejomulyo adalah lebih menggiatkan kegiatan pemasaran dengan penerapan marketing mix dalam memperluas informasi untuk menarik *customer* tidak hanya dari lokal kota semarang tetapi dari luar kota.
2. Mengutamakan kenyamanan *customer* yang melakukan kunjungan ke toko untuk membeli produk batik semarangan, sehingga proses jual dan beli berjalan dengan lancer.
3. Memperbanyak acara tentang batik di Kampung Batik Rejomulyo dan lebih banyak melibatkan anak muda dalam praktik pemasaran yang dilakukan karena paham akan perkembangan zaman dengan teknologi yang maju dapat dimaanfaatkan sebagai media promosi.

4. Selalu menjaga kualitas dari produk batik semarangan supaya customer yang membelinya merasa senang membeli batik di Kampung Batik Rejomulyo sehingga tercipta citra branding yang baik bagi kota Semarang.
5. Meningkatkan konsistensi Dalam pemikiran kreatif dalam memasarkan produk batik semarangan di Kampung batik Rejomulyo sehingga banyak *customer* yang mengetahui kehadiran Kampung Batik Rejomulyo dan melakukan repeat order terhadap batik semarangan yang dijual.

