

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Setelah melalui upaya yang panjang dan dengan kesungguhan yang maksimal, maka penulis sampai pada bab terakhir yang merupakan intisari dari pembahasan penelitian ini. Pada bab ini, akan saya ketengahkan beberapa simpulan berdasarkan hasil penelitian dan analisis data tentang “Studi Komparasi Bisnis dalam Tinjauan Bauran Pemasaran (Studi pada usaha bisnis fotocopy di lingkungan kampus STAIN Kudus dengan di lingkungan kampus UMK”. Maka penulis dapat menyimpulkan penelitian ini sebagai berikut:

1. Penerapan implementasi strategi bauran pemasaran 7P (*marketing mix*) bisnis fotocopy di lingkungan kampus STAIN Kudus yaitu, aspek Produk, lebih lengkap karena fokus pada bisnis fotocopy, aspek lokasi atau tempat dekat dengan pangsa pasar yaitu lingkungan kampus, harga murah dan banyak potongan promosi memanfaatkan mengikuti perkembangan zaman dan mampu memanfaatkan media sosial seperti facebook, BBM, WA, Istagram. karyawan terlatih dan berkompeten, proses dan lingkungan masih harus ada perbaikan dan peningkatan secara berkala. Pemasaran harus dilihat sebagai suatu konsep bisnis strategi (*Strategi business concept*). Artinya pemasaran tidak lagi sekedar *marketing as it is*, melainkan harus diintegrasikan dengan strategi perusahaan secara keseluruhan.
2. Penerapan implementasi strategi bauran pemasaran 7P (*marketing mix*) bisnis fotocopy di lingkungan kampus UMK untuk meningkatkan volume penjualan yaitu aspek produk (*product*), menyediakan produk yang lengkap, tempat (*place*) lokasi yang cukup strategis, harga (*price*) memberikan harga yang kompetitif, promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan sarana fisik (*physical evidence*),
3. Penerapan komparasi strategi bauran pemasaran 7P (*marketing mix*) bisnis bidang jasa fotocopy di lingkungan kampus STAIN Kudus dengan

lingkungan kampus UMK memiliki beberapa perbedaan dan persamaan. Persamaannya antara lain mengenai SDM yang berkompeten dan terlatih, keterbatasan lahan dan lokasi. Sedang perbedaan meliputi, fokus produk/jasa yang ditawarkan, tingkat harga, pelayanan, dan media promosi.

B. Saran-saran

Sebagai akhir dari penulisan skripsi ini, dengan berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, maka ada beberapa hal yang mungkin dapat menjadi bahan masukan antara lain:

- a. Promosi perlu digalakkan lagi dengan jalan mengiklankan produk dan memperkuat jaringan bisnis.
- b. Strategi penjualan yang dilakukan lebih diperbanyak lagi, dan tidak sekedar hanya sebatas strategi tradisional.
- c. Pihak pengusaha sebaiknya terus melakukan perbaikan pelayanan walaupun sebenarnya sudah bagus.
- d. Karyawan hendaknya menjaga kekompakan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu menghasilkan pelayanan prima dan pihak konsumen merasa puas.

C. Kata Penutup

Puji syukur kehadirat *Illahi Rabbi* yang telah memberikan kesempatan kepada penulis, sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Usaha yang optimal telah penulis curahkan, akan tetapi karena keterbatasan kemampuan penulis, skripsi ini banyak kekurangannya dan jauh dari kesempurnaan. Oleh Karena itu, penulis mengharapkan masukan baik saran maupun kritik yang konstruktif dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, ucapan terima kasih penulis tujukan kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangsih baik tenaga, pikiran dan do'a. Penulis berharap skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat. Amin.