

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah didapati “Implementasi Marketing Mix dalam Meningkatkan penjualan Dimasa pandemic Covid-19 Pada Usaha Batik tulis (studi kasus di Nalendra Galery Jepara), maka didapati kesimpulan berikut ini:

1. Permasalahan yang dihadapi *Nalendra galery* dalam implementasi *Marketing mix* pada masa pandemic covid-19 mengenai harga, produk, lokasi dan promosi. Dalam melakukan strategi produk mengalami masalah pada bahan baku yang sulit dan pengiriman lama juga pada waktu bekerja berkurang, pada strategi harga terkendala pada kenaikan bahan baku sedangkan penghasilan menurun, terkait promosi biasanya *Nalendra galery* mengikuti berbagai event adanya pandemi jadi berhenti karena sosial distancing oleh pemerintah sehingga untuk sementara waktu berhenti, adanya mulut ke mulut juga mengalami kendala, mengenai lokasi pada saat pandemic covid-19 marak *Nalendra Galery* membatasi jumlah pengunjung dikarenakan tempatnya kurang luas.
2. Strategi *Marketing Mix* yang diterapkan pada *Nalendra Galery* yang berada di Jln. Mangun Sarkoro no.54 Jepara adalah dengan melihat strategi produk, harga, promosi, lokasi, SDM, Proses, Bukti Fisik, Pengemasan, Pembayaran. Dalam menerapkan strategi produk pihak *Nalendra galery* penjualan produk diiringi dengan tujuan ingin melestarikan seni batik Indonesia dengan memberikan kualitas batik yang bagus dan memiliki nilai seni yang motifnya beragam.

Dari strategi harga *Nalendra galery* memberikan harga dengan memperhitungkan kerumitan dalam proses pembuatan dengan berbagai macam motif dan jenis batik juga memperhitungkan biaya produksi (modal) yang dikeluarkan, serta penetapan gaji yang sesuai pada karyawan guna didapati keuntungan atau laba.

Strategi promosi yang diterapkan *Nalendra Galery* yaitu lewat sarana media sosial, pameran, mulut ke

mulut, kegiatan pelatihan agardapat dikenali calon konsumen yaitu masyarakat. Tidak hanya demikian *Nalendra Galery* juga sering memberikan *lucky deep* bahkan pemberian diskon pada setiap produk. Kemudian strategi dalam pemilihan lokasi, dalam penentuan lokasi cukup strategis dikarenakan mudah dijangkau dari pemukiman warga serta jarak yang dekat dengan perkantoran, alun-alun Jepara, dan tempat wisata, juga terdapat lukisan-lukisan sehingga menambah daya Tarik pengunjung untuk berfoto.

Dalam Sumber Daya Manusia mengutamakan pelayanan yang ramah dan juga berpenampilan rapi, Proses yang dilakukan harus teliti han hati-hati, Bukti Fisik memiliki tempat yang unik dan menarik perhatian pembeli, Pengemasannya rapi juga memiliki daya Tarik konsumen, system pembayaran menggunakan uang cash dan juga melalui transfer.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian mengenai Implementasi *Marketing Mix* dalam meningkatkan penjualan dimasa pandemic covid-19 (studi kasus di *Nalendra Galery* Jepara) didapati juga keterbatasan. Diantaranya:

1. Kegiatan ini dilakukan pada masa pandemic covid-19, sehingga pada proses wawancara maupun observasi masih belum terlaksana maksimal karena terbatas kebijakan *social distancing* serta adanya pengaruh protocol Kesehatan.
2. Pada saat analisis dilakukan staretegi *marketing mix* hanya terfokus pada strategi *Marketing mix* saja belum menjangkau manajen strategi serta aspek sumber daya manusia.

C. Saran

Dengan selesinya kegiatan penelitian yang telah terlaksana di *Nalendra Galery*, guna mendapati perkembang dan untuk mendapat hasil lebih pada penjualan, terdapat beberapa saran seperti berikut:

1. Untuk menanggulangi kemungkinan adanya wabah, *Nalendra galery* harus lebih memberikan solusi yang

tepat agar perusahaan mampu bertahan, tetap berkarya meski wabah melanda sehingga batik akan tetap lestari.

2. Bagi pihak *Nalendra Galery*, untuk senantiasa dalam upaya peningkatan produk batik yang diproduksi dandan menjaga kelestarian dalam hal ini budaya lokal, membuat laporan keuangan, detail dari laporan produk yang berdampak pada kepuasan maupun loyalitas konsumen. Selain itu *Nalendra Galery* alangkah lebih baik bila melakukan berbagai proses terlebih dahulu seperti menganalisa peluang pada pasar, tantangan kedepan yang bisa muncul, serta memperhitungkan pesaing bisnis atau competitor.

D. Penutup

Alhamdulillah berkat rahmad Allah SWT, sehingga terlaksana serta tersusun sampai selesai skripsi dengan judul “Implementasi Marketing Mix dalam Meningkatkan penjualan Dimasa pandemic Covid-19 Pada Usaha Batik tulis (studi kasus di Nalendra Galery Jepara)”

Peneliti menyadari dalam kegiatan penyusunan ini tidak sempurna. Atas dasar hal tersebut maka kritik serta saran merupakan hal penting guna mendapati evaluasi dengan tujuan arah yang lebih baik, dan semoga dapat bermanfaat serta menambah wawasan bagi semua pihak baik dari pembaca maupun penulis sendiri.

Terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak yang ikut terlibat baik materi maupun dalam bentuk lain seperti halnya motivasisehingga memberi dampak baik pada penyelesaian skripsi. Semoga mendapatkan berkah serta pahala yang lebih dari Allah SWT.

Jazakumullah khairal Jaza'. Amin ya Robbal Alamin.