BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan tentang strategi bauran pemasaran ritel Reny Swalayan-Ku Sidoarjo. Penulis dapat menghasilkan kesimpulan akhir dari penulisan karya ilmiah ini.

Hasil penelitian dari proses wawancara, observasi dan dokumentasi yang penulis lakukan di Reny Swalayan-ku mengenai strategi bauran pemasaran ritel adalah strategi bauran pemasaran ritel Reny Swalayan-ku ini meliputi 6 (enam) variabel yakni meliputi keragaman Produk (*Produk Assortment* atau *merchandise*), Layanan, Fasilitas Fisik (*Atmosfer took*), harga, promosi dan lokasi toko sesuai dengan teori. Hal ini dapat dibuktikan dengan teori yang dikemukakan oleh Christina Whidya Utami dalam bukunya yang berjudul "Ruang Lingkup, Paradigma Pengelolaan, dan Peluang Bisnis Ritel, teori strategi bauran pemasaran ritel yang dikemukakan oleh Hedri Ma'ruf dalam bukunya Pemasaran Ritel dan teori bauran pemasaran ritel oleh Bob Foster dalam bukunya yang berjudul Manajemen Ritel. Enam variabel bauran pemasaran ritel yang dimaksud di Reny Swalayan-ku yakni:

Produk (*Product Assortment* atau *merchandise*) Reny Swalayan-ku yaitu meliputi produk pokok dan produk pelengkap. Untuk produk pokok sendiri yang dijual adalah segala macam sembako, sedangkan untuk produk makanan, segala bentuk minuman, alat-alat tulis, dan berbagai macam peralatan dapur, selain itu produk yang ditawarkan mendapatkan pengawasan dari BPOM dan lisensi halal.

Setelah mengetahui produk, strategi bauran pemasaran yang kedua adalah pelayanan. Pelayanan yang dimaksud di Reny Swalayan-ku ini yaitu mengutamakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keramah-tamahan, penampilan rapi serta berseragam dan diwajibkan memakai jilbab, bersikap sopan santun kepada konsumen yang datang membeli di Reny Swalayan-ku, serta dilengkapi dengan kereta dorong, tempat parkir dan pelayanan *Delivery Order*.

Bauran pemasaran yang ketiga adalah Fasilitas Fisik (*Atmosfer took*). Fasilitas fisik Reny swalayan-ku ini meliputi desain interior dan eksterior. Desain interior diantaranya adalah penataan produk yang tertata dengan rapi, bersih, dan dikelompokkan antara makanan, minuman, sembako, dan lain sebagainya. Sedangkan desain eksterior (luar toko) yaitu Penampilan luar dari gerai Reny swalayan-ku.

Bauran pemasaran yang keempat adalah Harga. Untuk harga produk Reny Swalayan-ku, pihak manajemen menetapkan harga produk melalui survei harga di gerai minimarket-minimarket yang ada di sekeliling perusahaan, seperti alfamart, indomart, bentar dan alfamidi. Setelah hasil survei didapat, pihak manajemen mengkalkulasi harga produk dan mengambil untung kurang lebih 2-10% dari harga beli produk dari distributor serta menyesuaikan item produk.

Bauran pemasaran yang kelima adalah Promosi. Media promosi Reny Swalayan-ku ialah meliputi *discount* harga produk, pemasangan reklame di depan gerai, pemasangan banner di dalam toko dan disekitar jalan Brigjen Katamso dan juga melakukan kegiatan bazar setiap sore hari.

Dan bauran pemasaran yang keenam adalah lokasi. lokasi toko Reny Swalayan-ku terletak di jalan Brigjen Katamso Kota Waru-Kabupaten Sidoarjo. Penempatan lokasi ini dipilih karena letaknya yang strategis, dimana letak lokasi ini berada pada pusat keramaian kota, lebih tepatnya di samping jalan raya, yang memudahkan akses jalan konsumen menuju gerai Reny Swalayan-ku untuk berbelanja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran Dan Rekomendasi

Setelah peneliti mengadakan penelitian terhadap strategi bauran pemasaran ritel di Reny Swalayan-ku, peneliti memberikan saran-saran yang mungkin dapat menjadi bahan masukan pada Reny Swaalayan-ku. Adapun saran-saran penulis sebagai berikut Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Peneliti menyampaikan saran dan rekomendasi sebagai berikut :

1. Lebih meningkatkan program strategi bauran pemasaran ritel di Reny Swalayan-ku, misalnya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi dengan menggunakan tekhnologi seperti media sosial atau internet, menggunakan brosur atau menggunakan media cetak seperti majalah yang memuat informasi tentang Reny Swalayan-ku, dimana media ini akan dapat menjangkau masyarakat luas, karena penggunaan media yang tepat akan menentukan keberhasilan pemasaran karena media akan bisa menjangkau dalam proses pemasaran produk Reny Swalayan-ku supaya dapat berjalan lebih maksimal dalam meningkatkan daya beli konsumenya.

2. Progam kegiatan selain bazar untuk meningkatkan daya beli konsumen perlu ditingkatkan dan dikembangkan. Misalnya mengadakan pameran pada event-event tertentu, dimana hal ini perlu dilakukan agar dapat mengenalkan gerai Reny Swalayan-ku kepada masyarakat luas secara langsung tentunya untuk menunjang keberhasilan dalam proses pemasaran serta dapat meningkatkan daya saing perusahaan ritel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah Penelitian ini dirasa kurang bisa maksimal karena peneliti tidak bisa mendapat akses data yang lebih, terkendala waktu penelitian yang terbatas, hal ini dikarenakan tuntutan pekerjaan yang dilakukan penulis selain melakukan penelitian. Apalagi mengingat perusahaan Reny Swalayan-ku merupakan perusahaan ritel yang baru berdiri jadi data-data mengenai perusahaan ini masih bersifat sederhana dan belum terstruktur dengan baik. Karena itu, barangkali akan menjadi lebih maksimal bilamana untuk meneliti studi kasus di organisasi yang baru berdiri, peneliti seharusnya jauh-jauh hari sudah melakukan penelitian secara mendalam, menggali data sebanyak mungkin tentang organisasi tersebut agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan dan harus fokus pada penelitian yang dituju. Dari sini, diharapkan akses data yang diperoleh dapat berjalan secara efektif dan efisien.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id