

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan yang telah diuraikan oleh peneliti mengenai kontribusi bauran pemasaran 7P (*product, place, price, promotion, people, process, physical evidence*) dalam meningkatkan volume penjualan produk Batik *and Art Gallery* Lochatara dapat ditarik kesimpulan

1. Batik *and Art Gallery* Lochatara menerapkan strategi 7P yang mencakup produk berkualitas tinggi seperti kain batik, baju khas Kediri, dan aksesoris dengan motif budaya lokal (*Product*); harga yang kompetitif mulai dari Rp. 100.000 hingga Rp. 2.000.000 (*Price*); lokasi strategis yang mudah diakses (*Place*); promosi melalui toko fisik, bazar, *website*, media sosial, dan *e-commerce* (*Promotion*); pengembangan SDM dengan pelatihan rutin dan penggunaan tenaga kerja lokal (*People*); proses produksi yang efisien dan ramah lingkungan dengan bahan baku berkualitas (*Process*); serta bukti fisik berupa fasilitas lengkap seperti museum, perpustakaan, tempat sholat, kamar mandi bersih, tempat parkir luas, dan layanan custom desain, serta demonstrasi pembuatan batik untuk meningkatkan pengalaman pelanggan (*Physical Evidence*).
2. Batik *and Art Gallery* Lochatara berhasil meningkatkan penjualan produk mereka dari 1.569 pcs pada tahun 2018 menjadi 2.872 pcs pada tahun 2023 berkat penerapan strategi bauran pemasaran 7P, dengan penjualan batik tulis meningkat dari 11 pcs menjadi 22 pcs, batik cap dari 470 pcs menjadi 720

pcs, dan batik printing dari 720 pcs menjadi 910 pcs. Produk baru seperti Widihan Mapanji dan Ken Kadiri juga menunjukkan penjualan yang baik, sementara penjualan baju batik wanita naik dari 105 pcs menjadi 160 pcs dan blazer dari 100 pcs menjadi 160 pcs. Strategi ini meliputi penawaran produk berkualitas tinggi, harga yang kompetitif, promosi yang efektif, serta pengelolaan tenaga kerja dan proses produksi yang efisien dengan pelatihan rutin dan penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, yang mendorong pertumbuhan penjualan secara keseluruhan. Pendapatan Batik *and Art Gallery* Lochatara meningkat sebesar Rp 286.525.000, dari Rp 215.975.000 pada tahun 2019 menjadi Rp 502.500.000 pada tahun 2023.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti di atas mengenai kontribusi bauran pemasaran 7P (*product, place, price, promotion, people, process, physical evidence*) dalam meningkatkan volume penjualan produk Batik *and Art Gallery* Lochatara peneliti telah mengemukakan beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi Pihak Batik *and Art Gallery* Lochatara

Batik *and Art Gallery* Lochatara dapat meningkatkan variasi produk dengan inovasi motif baru, memperluas jenis produk seperti pakaian anak-anak dan dekorasi rumah, serta kolaborasi dengan desainer terkenal. Mempertimbangkan pembukaan cabang atau *pop-up store* di pusat perbelanjaan besar atau tempat wisata lain di Kediri dan kota-kota besar lainnya dapat meningkatkan *visibility*. Menggunakan strategi harga diferensiasi untuk menjangkau berbagai segmen pasar dan memperkuat

kampanye *digital marketing* dengan *influencer* serta *platform* video seperti *YouTube* atau *TikTok* juga penting. Memberikan pelatihan intensif kepada karyawan dan mengadopsi teknologi baru untuk efisiensi produksi akan meningkatkan kualitas produk dan layanan. Menambah elemen interaktif seperti tur virtual dan workshop reguler serta menjaga kebersihan fasilitas juga dapat meningkatkan pengalaman pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya bisa membandingkan *Batik and Art Gallery* Lochatara dengan galeri batik lainnya untuk melihat praktik terbaik dan area perbaikan. Meneliti dampak sosial dan ekonomi dari strategi bauran pemasaran 7P pada masyarakat sekitar, termasuk penciptaan lapangan kerja dan kontribusi ekonomi lokal, dapat memberikan wawasan berharga. Survei kepuasan pelanggan yang lebih mendalam, penelitian tentang pengaruh teknologi digital terhadap penjualan dan brand awareness, serta analisis peluang dan tantangan ekspansi ke pasar internasional juga bisa menjadi topik penelitian lanjutan yang bernilai.