

BAB V

PENUTUP

1.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan toko oleh-oleh khas Solo Era Jaya dalam mempertahankan eksistensinya diwujudkan melalui penerapan konsep *marketing mix* 9P secara menyeluruh dan terpadu. Era Jaya menyediakan beragam varian produk oleh-oleh khas Solo yang dikembangkan melalui kerja sama dengan reseller dan pelaku usaha lokal, sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memperkuat rantai distribusi. Dalam aspek penetapan harga, toko ini menerapkan strategi harga yang kompetitif agar tetap dapat bersaing dengan toko sejenis, terutama di tengah munculnya banyak pesaing baru. Sementara itu, perluasan jangkauan pemasaran dilakukan dengan memanfaatkan berbagai *platform* digital dan *e-commerce*, seperti media sosial dan *marketplace*, guna menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk dari luar daerah. Era Jaya juga memberikan kemudahan dalam proses transaksi dengan menyediakan berbagai metode pembayaran digital, serta menawarkan layanan pengiriman produk bagi pelanggan yang tidak dapat membeli secara langsung. Seluruh langkah ini mencerminkan upaya adaptif terhadap dinamika pasar dan perubahan perilaku konsumen, serta menunjukkan komitmen untuk meningkatkan daya saing dan menjaga loyalitas pelanggan di tengah kompetisi industri oleh-oleh yang semakin ketat.
2. Kendala toko oleh-oleh khas solo Era Jaya dalam mempertahankan eksistensi terletak pada aspek pengelolaan sumber daya manusia, persaingan pasar, dan kendala teknis dalam sistem pembayaran. Pengelolaan karyawan masih perlu ditingkatkan melalui pelatihan rutin, khususnya dalam hal pelayanan dan kemampuan komunikasi dasar dalam bahasa Inggris untuk menghadapi pelanggan mancanegara. Persaingan yang semakin ketat akibat hadirnya toko oleh-oleh baru menuntut Era Jaya untuk

terus berinovasi dalam hal tampilan, kemasan produk, serta strategi pemasaran digital yang kreatif dan konsisten. Selain itu, permasalahan teknis pada sistem pembayaran *e-wallet* akibat koneksi internet yang tidak stabil berdampak pada kenyamanan pelanggan dan efisiensi transaksi. Oleh karena itu, peningkatan kualitas infrastruktur digital serta penerapan sistem kasir yang terintegrasi menjadi langkah penting dalam meningkatkan keandalan layanan.

3. Potensi Daya Tarik

Potensi dan daya tarik yang dimiliki toko oleh-oleh khas Solo Era Jaya dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang semakin kompetitif adalah keberadaan kedai kopi di dalam area toko. Kehadiran fasilitas ini tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga menjadi nilai tambah yang memberikan pengalaman belanja yang lebih menyenangkan bagi para pengunjung. Kedai kopi tersebut menciptakan suasana yang hangat dan nyaman, sehingga pengunjung tidak hanya sekadar datang untuk membeli oleh-oleh, tetapi juga memiliki kesempatan untuk bersantai, menikmati minuman, atau sekadar beristirahat setelah berbelanja.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah selesai dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Toko Era Jaya perlu memperhatikan aspek *Physical Evidence* sebagai bagian dari strategi pemasaran. Ditemukan bahwa kondisi fisik toko, khususnya pada area dinding dan etalase, tampak kurang terawat, ditandai dengan cat yang mengelupas dan kesan kusam. Hal ini dapat memengaruhi kenyamanan pengunjung serta menurunkan citra profesional toko di mata pelanggan. Oleh karena itu, peneliti merekomendasikan dilakukannya pengecatan ulang, khususnya pada area yang langsung terlihat oleh pelanggan. Pemilihan warna yang cerah dan hangat dinilai mampu menciptakan suasana toko yang lebih bersih, segar, dan nyaman. Selain itu,

penambahan unsur visual khas budaya Solo juga dapat memperkuat identitas lokal dan meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*).

2. Aspek promosi juga menjadi perhatian penting dalam meningkatkan daya saing Era Jaya. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa toko belum optimal dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran, serta belum memiliki sistem loyalitas pelanggan yang terstruktur. Untuk itu, disarankan agar Era Jaya lebih aktif dalam menjalankan strategi digital marketing melalui *platform* seperti Instagram dan TikTok, dengan konten video yang menarik dan informatif agar membantu meningkatkan keaktifan akun, sehingga lebih mudah dilihat dan diingat oleh pelanggan maupun calon pembeli. Kolaborasi dengan influencer lokal juga dapat menjadi upaya strategis untuk memperluas jangkauan promosi. Selain itu, penerapan program loyalitas, seperti potongan harga atau pemberian bonus produk untuk pelanggan tetap, diharapkan mampu meningkatkan loyalitas konsumen dan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.