

BAB 9

KESIMPULAN

9.1. Kesimpulan

Berdasarkan semua rangkaian penelitian, mulai dari wawancara, penemuan akar permasalahan, pengumpulan data, pengolahan data dan implementasi yang sudah dilakukan, didapatkan kesimpulan berupa dengan permasalahan utama yaitu *stakeholder* hendak menstabilkan penjualan rol film lokal pada kuartal genap. Dengan menggunakan beberapa alternatif solusi yang nantinya dipilih dengan menggunakan AHP, dan alternatif solusi terpilih berupa pengadaan *Pop Up Store*. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa dengan menggunakan cara penjualan rol film lokal dengan mengadakan *Pop Up Store* yang mengedepankan penjualan rol film lokal, dengan memperhatikan rekomendasi yang sudah diberikan. Maka penjualan dari rol film lokal sendiri akan mendapatkan hasil yang serupa. Jika hasil dapat dipertahankan, untuk jangka panjangnya, maka pendapatan dan penjualan dari Tomo Film, terutama untuk rol film lokal sendiri, akan menjadi lebih stabil di kemudian hari.

9.2. Saran

Dengan ini, saran yang diberikan berupa:

- a. Untuk meningkatkan penjualan rol film, terutama rol film lokal, perlu dilakukan strategi penjualan yang tepat, dikarenakan penikmat dan pengguna dari rol film merupakan suatu kalangan tertentu saja.
- b. Ada baiknya jika hendak meningkatkan penjualan, melakukan riset terhadap keinginan pelanggan yang berdasarkan laporan penjualan rol film pada tiap tahunnya.
- c. Jika kedepannya Tomo Film masih dirasa memiliki kesulitan dalam menjual rol film lokal, tidak ada salahnya jika Tomo Film hanya berfokus terhadap rol film impor, dengan memperhatikan aspek stok dan proses pendaratan rol film impor itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Alif, F. N., & Eniyati, S. (2021). Pengendalian Stok dan Prediksi Pemesanan Menggunakan Metode EQO pada Nyuusuu Semarang. *Jurnal Ilmiah Informatika*, 9(01), 48-53. Diakses pada tanggal 6 Mei 2023 dari <https://doi.org/10.33884/jif.v9i01.3734>.
- Alvin, S., Bagus, H., & Janson, M. (2018). Aplikasi e-Commerce Dengan Fitur Top Product Menggunakan Metode Perceptron (Studi Kasus Toko Kamera). *JURNAL ILMU KOMPUTER & SISTEM INFORMASI (JIKSI)*, 210–213. Diakses pada tanggal 9 November 2022 dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/jiksi/article/view/2656>
- Anam, K. (2013). Strategi Pemasaran dan Implementasinya dalam Lembaga Pendidikan. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 160-169. Diakses pada tanggal 25 November 2022 dari <https://doi.org/10.21274/taalum.2013.1.2.159-170>
- Annisa, T. (2022, 29 September). *12 Jenis Strategi Pemasaran yang Paling Efektif Beserta Contohnya*. Diakses pada tanggal 25 November 2022 dari <https://www.ekrut.com/media/jenis-strategi-pemasaran>
- Ardiansyah, A., Fahrizal, F., & Solida, A. (2022). Komunikasi Pemasaran Terpadu UMKM Area Wisata Tugu Keris Siginjai di Era *New Normal*. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 328. Diakses pada tanggal 14 Mei 2022 dari <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.482>
- Arief, M. M., & Gahara, K. E. (2013). Kegiatan Marketing Public Relation Toko Polaroid Dalam Membangun Brand Awareness. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, XII(2), 142-151. Diakses pada tanggal 18 Desember 2022 dari <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/index>
- Auliamarsi, A. R., Meisyahritaa, T. D., Jayawardhana. I., & Dewantara, M. H. (2022). Penggunaan Multi Metodologi dalam Peningkatan Event Running, *Global Research on Tourism Development and Advancement*, 4(1), 84-102. Diakses pada tanggal 20 Maret 2023 dari <https://doi.org/10.21632/garuda.4.1.84-102>.

- Darmawan, Y. S., & Wikayanto, A. (2018). Tren Kamera Analog Instan di Kalangan Remaja Indonesia, 14(2), 97–106. Diakses pada tanggal 9 November 2022 dari <http://www.javafoodie.co/2010/08>
- Evilia, H (2022). Analisis Daur Hidup Produk (*Product Life Cycle*) dalam Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram Kecamatan Parang, Magetan. [Skripsi S1, Institusi Agama Islam Negeri Ponorogo]. *Electronic Thesis* IAIN Ponorogo. Diakses pada tanggal 5 Maret 2023 dari <http://etheses.iainponorogo.ac.id/22058/>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of MARKETING* (18th ed.). Essex: Pearson.
- Lia, S. (2022). Analisis Strategi Distribusi Produk dalam Mempertahankan *Product Life Cycle* dalam Perspektif Ekonomi Islam [Skripsi S1, Universitas Islam Nasional Raden Intan Lampung]. Raden Intan Repository. Diakses pada tanggal 5 Maret 2023 dari <http://repository.radenintan.ac.id/21414/>
- Marfiana, R. (2019). Instrumen Strategi Selain SWOT, 15-19. Diakses pada tanggal 25 November 2022 dari <http://eprints.binadarma.ac.id/10067/1/TUGAS%205.pdf>
- Munadi, F. A. (2018). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Motor. *Journal of Economics*, 1-14. Diakses pada tanggal 15 November 2022 dari https://oldsite.gunadarma.ac.id/library/articles/graduate/economy/2009/Artikel_10205462.pdf
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis Swot dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang. *Jurnal Intekna Informasi Teknik dan Niaga*, 14(2), 102–209. Diakses pada tanggal 21 November 2022 dari <https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/view/181>
- Nuansa, A., Thionata, D., Wirasari, I., & Syafikarani, A. (2021). *Perancangan Strategi Promosi Omakim Bakery Omakim Promotion Strategy Desain*, 8(3), 1296–1303. Diakses pada tanggal 15 November 2022 dari https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/171689/jurnal_eproc/perancangan-strategi-promosi-omakim-bakery.pdf

- Nursari, R., & Herlina, R. (2020). Strategi Personal *Selling* Wiraniaga Fujifilm Cabang Bandung di Masa Pandemi *Covid-19*. *SENGKUNI Journal (Social Science and Humanities Studies)*, 1(1), 24-29. Diakses pada tanggal 18 Desember 2022 dari <https://doi.org/10.37638/sengkuni.1.1.24-29>
- Putri, S. A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan PT. Temali Indonesia. *Jurnal Mirain Management*, 4(2), 408-422. Diakses pada tanggal 18 Desember 2022 dari <http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/9650>
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83-88. Diakses tanggal 15 November 2022 dari <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Santosa, H., & Yulianti. (2022). Perbandingan Metode ANP dan AHP dalam Pemilihan Jasa Kurir Logistik Oleh Penjual *Gadget* Online. *Scientific Journal Widya Teknik*, 21(1), 14-20. Diakses pada tanggal 6 Juni 2023 dari <https://www.neliti.com/publications/258788/penerapan-perbandingan-metode-ahp-topsis-dan-anp-topsis-mengukur-kinerja-sumber#id-section-content>.
- Selang, C. A. D. (2013). Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 71-80. Diakses pada tanggal 26 November 2022 dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1374>
- Septiani, M. A. D., & Sulistyawati, L. (2022). Strategi Pengembangan dengan Metode Product Life Cycle (PLC) dan Boston Consulting Group (BCG) Matriks (Studi Kasus Batik Bery Jelita Batan). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1575-1590. Diakses pada tanggal 5 Maret 2023 dari <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/reslaj/article/view/1171/1007>.

- Sukerti, N., K. (2016). Analisis Perbandingan Penerima Bantuan Kemiskinan dengan Metode *Weighted Product* dan TOPSIS. *Jurnal Ilmiah DASi*, 17(3), 1-7. Diakses pada tanggal 6 Juni 2023 dari <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/dasi/article/view/1474/1408>.
- Surahmat, A., & Fuady, T. D. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Koperasi Terbaik Dinas Perdagangan Perindustrian dan Koperasi Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) di Kota Serang, *Journal of Innovation and Future Technology (IFTECH)*, 4(1), 67-76. Diakses pada tanggal 30 Maret 2023 dari <https://doi.org/10.47080/iftech.v4i1.1745>
- Suwandi, L. L. (2018). *Usulan Strategi Pemasaran Produk House of Three Dee dengan Menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix*. [Skripsi S1, Universitas Pasundan]. Unpas Research Repository. <http://repository.unpas.ac.id/39541/>
- Tambunan, W., Sukmono, Y., & Anggreani, L. O. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan dan Daya Saing, *Jurnal Optimalisasi*, 7(1), 56. Diakses pada tanggal 15 Maret 2023 dari <http://www.jurnal.utu.ac.id/joptimalisasi>.
- Wibowo, D.H., Arifi, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng, Kota Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59-66. Diakses pada tanggal 24 November 2022 dari www.depkop.go.id
- Widyantara, M. G. D. F., & Hadining, A. F. (2022). Pengendalian Persediaan Stok Barang Menggunakan Metode *Just In Time* (JIT) di PT. Ichii Industries Indonesia. *Jurnal Pendidikan Konseling (JPDK)*, 4(5), 5960-5966. Diakses pada tanggal 6 Mei 2023 dari <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/7650/5747>.

LAMPIRAN

Lampiran 1, Foto bersama dengan pemilik Tomo Film.



Lampiran 2, Produk yang dijual di Tomo Film



Lampiran 3, Hasil Cek Turnitin

TA_190610216			
ORIGINALITY REPORT			
6%	6%	2%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	www.scribd.com Internet Source		1%
2	id.scribd.com Internet Source		<1%
3	eprints.uny.ac.id Internet Source		<1%
4	moam.info Internet Source		<1%
5	download.garuda.kemdikbud.go.id Internet Source		<1%
6	repository.usd.ac.id Internet Source		<1%
7	www.slideshare.net Internet Source		<1%
8	Aula Fajar Iman Sakti, Wiwik Sulistiyowati. "Selection of Fish Raw Material Suppliers by Integrating ANP and Topsis Methods in CV. Riki Utama Mandiri", <i>Procedia of Engineering and Life Science</i> , 2021 Publication		<1%

Lampiran 4, Kuesioner

7. 1. Apakah Anda pernah mendengar mengenai Pop Up Store sebelumnya? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

8. 2. Apakah Anda pernah ikut serta pada suatu Pop Up Store maupun acara serupa? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

9. 3. Selama ini, sudah berapa kali Anda datang ke acara Pop Up Store maupun acara serupa? *

Mark only one oval.

- Belum pernah
 1 - 3 kali
 3 - 5 kali
 Lebih dari 5 kali

10. 4. Jika Anda pernah datang ke suatu acara Pop Up Store, toko apa yang membuat Anda datang ke acara tersebut?

Mark only one oval.

- Baju dan Celana
 Sepatu
 Jasa Sablon
 Aksesoris (kalung, cincin, gelang dll)
 Makanan dan Minuman
 Other: _____

11. 5. Mengapa Anda datang ke acara Pop Up Store? *

Mark only one oval.

- Hendak membeli sesuatu
 Menemui rekan yang sedang berjualan
 Menambah koneksi
 Other: _____

12. 6. Jika nantinya akan diadakan acara Pop Up Store. Menurut Anda, sebutkan bentuk kerjasama yang menguntungkan semua pihak termasuk konsumen, tenant yang sedang Pop Up serta venue? tenant merupakan toko yang berjualan di acara tersebut.

Mark only one oval.

- Sistem bundling dengan produk dari venue
 Adanya kupon diskon dan potongan harga dari pembelian
 Other: _____

13. 7. Jika nantinya akan diadakan acara Pop Up Store. Menurut Anda, tema seperti apa yang dapat membuat anda tertarik untuk mengunjungi *venue* yang seperti apa?

venue merupakan letak dari diadakannya acara tersebut.

Mark only one oval.



Semi Industri (Gambar hanya Contoh)



Alam (Gambar hanya Contoh)



Joglo (Gambar hanya Contoh)



White Minimalist (Gambar Hanya Contoh)

14. 8. Jika nantinya akan diadakan acara Pop Up Store. Menurut Anda, lokasi yang memungkinkan untuk acara tersebut diadakan?

Mark only one oval.

- Cafe
 Mall
 Restoran
 Other: _____

15. 9. Jika nantinya akan diadakan acara Pop Up Store. Menurut Anda, waktu yang tepat untuk acara tersebut diadakan?

Mark only one oval.

- Pagi (09:00 - 11:00)
 Siang (12:00 - 15:00)
 Sore (16:00 - 18:00)
 Malam (19:00 - 23:00)

Segmen Tomo Film dan Rol Film Lokal

Tomo Film merupakan salah satu badan usaha yang berdomisili di Yogyakarta, yang menjual kebutuhan kamera analog, seperti rol film (impor dan lokal), kamera analog, dan kebutuhan lain seputar kamera analog.

16. 10. Apakah Anda pernah mendengar tentang Tomo Film sebelumnya? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

17. 11. Apakah Anda pernah menggunakan kamera analog sebelumnya? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

18. 12. Seberapa sering Anda menggunakan kamera analog? *

1 = Sangat tidak pernah menggunakan kamera analog
5 = Sangat sering menggunakan kamera analog

Mark only one oval.

Sangat tidak pernah

- 1
2
3
4
5

Sangat sering

19. 13. Dalam menggunakan kamera analog, jenis rol film apa yang sering Anda gunakan?

Mark only one oval.

- Lokal
 Impor

20. 14. Berapa kisaran harga yang Anda keluarkan untuk membeli rol film? *

Mark only one oval.

- Kurang dari Rp100.000,00
 Rp100.000,00 - Rp150.000,00
 Rp150.000,00 - Rp200.000,00
 Lebih dari Rp200.000,00

21. 15. Berikan skala prioritas dari pertimbangan Anda sebelum membeli rol film?

(impor maupun lokal)

1 = Sangat penting
4 = Sangat tidak penting

Mark only one oval per row.

	1	2	3	4
Harga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kualitas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ketersediaan stok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kemudahan penggunaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. 16. Apakah anda sudah pernah menggunakan rol film lokal? (Jika mengisi Tidak, silahkan menuju ke pertanyaan no. 19)

Mark only one oval.

- Pernah
 Tidak pernah

23. 17. Jika Anda sudah pernah menggunakan rol film lokal, apakah menurut Anda harga beli rol film lokal tersebut sesuai dengan kualitas yang didapatkan? (Jika tidak pernah menggunakan, silakan menuju ke pertanyaan no. 19)

1 = Harga sangat tidak sesuai dengan kualitas
5 = Harga sangat sesuai dengan kualitas

Mark only one oval.

Sangat tidak sesuai

- 1
2
3
4
5

Sangat sesuai

24. 18. Dengan hasil yang tertera ada pertanyaan di atas, apakah masih ada ketertarikan untuk membeli rol film lokal?

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

25. Masih berhubungan dengan pertanyaan di atas, sebutkan penjelasannya!

26. 19. Menurut Anda, apakah rol film lokal sangat dapat bersaing dengan keberadaan dari rol film impor?

1 = Sangat tidak bisa bersaing
5 = Sangat bisa bersaing

Mark only one oval.

Sangat tidak bisa

- 1
2
3
4
5

Sangat bisa

27. 20. Jika nantinya, Tomo Film mengadakan Pop Up Store dengan jumlah stok rol film lokal yang lebih banyak. Menurut Anda, apakah dapat memiliki potensi yang baik?

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

28. 21. Jika nantinya, Tomo Film mengadakan Pop Up Store dengan jumlah stok rol film lokal yang lebih banyak. Menurut Anda, apakah edukasi tentang masing-masing penggunaan rol film perlu diadakan?

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

29. 22. Jika nantinya, Tomo Film mengadakan Pop Up Store, jenis *display* apa yang menurut Anda menarik? *
display merupakan penataan produk dari stok

Mark only one oval.



Display meja (Gambar hanya Contoh)



Display rak berdiri (Gambar hanya Contoh)



Display rak gantung (Gambar hanya Contoh)



Display rak kaca geser/tarik dorong (Gambar hanya Contoh)

30. 23. Jika nantinya, Tomo Film mengadakan Pop Up Store, komponen perlengkapan apa yang menurut Anda penting? (Pilih max 4)

Check all that apply.

- Daftar Harga
 Daftar Barang
 Poster
 Sticker
 Hasil testimoni rol analog
 Identitas Toko Tomo Film

31. 24. Jika nantinya, Tomo Film mengadakan Pop Up Store, jenis pembayaran apa yang harus tersedia menurut Anda? (Pilih max 2)

Check all that apply.

- QRis
 Tunai
 EDC dengan kartu

32. 25. Jika nantinya, Tomo Film mengadakan Pop Up Store dengan semua jawaban Anda yang tertera pada Segmen Pop Up Store sebelumnya, apakah Anda akan tertarik untuk datang?

Semua jawaban yang dimaksud adalah jawaban yang Anda pilih pada segmen Pop Up Store.

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak
 Mungkin

33. Masih ada hubungannya dengan pertanyaan di atas, sebutkan alasannya. *
