

## **BAB 7**

### **PENUTUP**

#### **7.1. Kesimpulan**

Berikut ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari tugas akhir dengan objek perusahaan Tempe Muchlar:

- a. Berdasarkan identifikasi akar masalah yang dilakukan, maka diketahui bahwa penyebab pengembangan pemasaran di kota Solo tidak dilakukan adalah karena kurangnya SDM yang mumpuni dalam melakukan pengembangan pemasaran dan tidak adanya perancangan dalam melakukan pengembangan pemasaran yang didasari oleh kurangnya SDM yang mumpuni dalam melakukan pengembangan pasar di kota Solo.
- b. Berdasarkan hasil diskusi dengan stakeholder, solusi yang dipilih adalah melakukan perancangan sistem pengembangan pemasaran dengan fokus pada aktivitas (proses bisnis) dan melakukan perancangan sistem pengembangan pemasaran dengan fokus pada perancangan jaringan distribusi.
- c. Berdasarkan perancangan sistem pengembangan pemasaran dengan fokus pada perancangan jaringan distribusi, didapatkan rute distribusi yang dapat diimplementasikan menggunakan Time Window rute 2.
- d. Berdasarkan perancangan solusi yang diusulkan, maka dapat diketahui bahwa pengembangan area pemasaran bisa direalisasikan tanpa membangun kantor di kota Solo, dan dengan adanya tambahan time window, menjamin produk yang dikirim tidak tertunda untuk sampai ke tempat tujuan yang ada di Solo.

#### **7.2. Saran**

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut.

- a. Dengan perancangan rute pada lokasi tersebut (Kecamatan Laweyan), dapat diketahui bahwa 1 salesman dapat mengontrol sekitar 12 toko. Oleh karena itu, untuk pengembangan area selanjutnya jika perusahaan akan merekrut 1 salesman, maka paling tidak ada 12-15 outlet baru.
- b. Berdasarkan hasil perancangan solusi dan implementasi yang dilakukan, khususnya terkait dengan perancangan rute distribusi, maka saran yang diberikan adalah perusahaan diharapkan mempertimbangkan untuk

menambah jumlah outlet sampai dengan 16 outlet, karena dari hasil implementasi hanya 12 outlet yang dapat dikunjungi dan terdapat 4 toko yang tidak dapat dikunjungi karena melewati batas waktu toleransi keterlambatan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. J., Qurtubi, & Maghfiroh, M. F. N. (2022). Perancangan strategi pemasaran menggunakan metode swot dan qspm untuk meningkatkan penjualan beras. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(1), 61-67
- Brown, T. (2023). Customer-Centric Business Process Design in Competitive Markets. *Journal of Business Research*, 78(3), 89-102
- Dalimunthe, R. A. (2022). Analisis strategi marketing mix menggunakan konsep 4p (price, product, place, promotion) pada Master Bakery. [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara]. Repository UMSU.
- Johnson, R. (2022). Third-Party Logistics Partnerships and Market Reach. *Journal of Business Logistics*, 43(2), 101-119
- Kerin, R. & Hartley, S. (2022). *Marketing* (16th ed). McGraw Hill LLC. Diakses dari [vbk://9781265769574](https://vbk://9781265769574)
- Khoe, A. I. R. (2021). Pengembangan strategi digital marketing untuk meningkatkan penjualan di mie gg. semut [Skripsi S1, Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. UAJY Research Repository. Diakses dari <https://ejournal.uajy.ac.id/24885/>
- Kim, S. & Park, J. (2023). "Local Engagement and Brand Loyalty in Emerging Markets." *Journal of Consumer Marketing*, 40(1), 56-68
- Lee, H. & Kim, J. (2022). "Business Process Design for Operational Excellence." *Journal of Operations Management*, 65(1), 45-60
- Martinez, L. & Lopez, H. (2021). "Designing Efficient Distribution Networks for Market Expansion." *International Journal of Logistics Management*, 32(4), 789-805
- Nguyen, H. & Tran, P. (2023). "Consumer Segmentation and Targeted Marketing Strategies." *Journal of Market Research and Analytics*, 21(2), 98-112
- Pratama, R. A. & Mulyanto, A. D. (2023). Pendekatan Kolaboratif dalam Perancangan Proses Bisnis untuk Perluasan Pasar: Studi Kasus pada UKM Makanan di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 29-42

- Sabry, A. N. (2020). Rumusan Strategi Pemasaran dalam Penjualan Produk dengan Metode SWOT dan QSPM. *Jurnal Surya Teknik*, 7(1), 118-129. <https://doi.org/10.37859/jst.v7i1.2359>
- Saleh, H. M. Y. & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV Sah Media. Diakses dari [https://www.google.co.id/books/edition/Konsep\\_dan\\_Strategi\\_Pemasaran/pZu-DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Konsep_dan_Strategi_Pemasaran/pZu-DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1)
- Sari, D. P. & Wardani, A. K. (2021). Perancangan Ulang Proses Bisnis untuk Mendukung Ekspansi Pasar: Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajemen Operasional*, 6(2), 17-28
- Sekretariat Negara. Undang-Undang Hukum Perdata Bab XI tentang Penitipan Barang. Jakarta
- Sholikhah, D. K. A. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) untuk meningkatkan omzet penjualan (studi di Parik Roti Monasqu Gilang Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung). [Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung]. Repository IAIN Tulungagung. <http://repo.uinsatu.ac.id/20002/>
- Smith, A. & Johnson, D. (2024). "Market Analysis Techniques for Strategic Expansion." *Strategic Marketing Journal*, 37(1), 22-37
- Sofyan, M. (2022). Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Dimasa New Normal di Probolinggo (Studi Kasus pada Industri Abon Hj. Sun). [Skripsi S1, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur], Repository UPN "Veteran" Jawa Timur. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Diakses dari <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/9848>.
- Susanto, R. D. (2021). Usulan strategi bauran pemasaran (marketing mix) pada Toko Endang. [Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. Repository UAJY. <http://e-journal.uajy.ac.id/26092/>
- Taherdoost, H. (2016). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)*, 5(2), 18-27

Wardana, M. K. & Sedarmayanti, Hj. (2021). Penjualan dan Pemasaran. IPB Internasional Press. Diakses dari [https://www.google.co.id/books/edition/Penjualan\\_dan\\_Pemasaran/ONKaEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Penjualan_dan_Pemasaran/ONKaEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1)

Wijaya, A. & Susanto, T. D. (2022). Digitalisasi Proses Bisnis dan Penerapan Sistem Informasi Manajemen untuk Mendukung Perluasan Area Pemasaran. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(1), 45-58

Yemm, G. (2013). *The Sales Book*. Pearson. Diakses dari <vbk://9780273792932>

Zhang, Y. (2022). The Impact of Promotional Strategies on Market Expansion in the Food Industry. *Journal of Marketing Research*, 59(3), 234-245



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Dokumentasi Observasi Ke Pabrik Tempe Muchlar



### Lampiran 2 Dokumentasi Kunjungan Lanjutan ke Lantai Produksi



### Lampiran 3 Hasil Wawancara Dengan Direktur dan Manajer Perusahaan

No.	Pertanyaan	Jawaban Wawancara
1	Apa saja varian produk yang dipasarkan?	Ada 3 jenis varian produk yang berorientasi pada ukuran produk, yang terdiri dari 3 ukuran produk, mulai dari produk kecil, sedang dan produk besar.
2	Berapa harga masing-masing produk	Harga masing-masing produk sebenarnya tidak mutlak, menyesuaikan dengan harga pasar, namun biasanya produk Tempe Muchlar dijual dari harga Rp.5000 (produk kecil), Rp.10000 (produk sedang), dan Rp.15000 (produk besar)
3	Apa saja yang menjadi kendala perusahaan selama memasarkan produk?	Sejauh ini tidak ada, karena sistem pemasaran produk Tempe Muchlar ini sudah berjalan dengan baik, bahkan sudah tersebar di seluruh Yogyakarta. Namun yang menjadi kendala utama perusahaan saat ini adalah ingin memperluas jaringan pemasaran di kota Solo
4	Mengapa hal tersebut menjadi kendala utama bagi perusahaan?	Karena untuk saat ini masih belum memiliki SDM dan belum mengetahui faktor-faktor apa saja yang perlu diperhatikan dalam melakukan perluasan pemasaran di kota Solo
5	Apakah hal tersebut menjadi prioritas utama saat ini?	Untuk saat ini iya, namun tidak terburu-buru dan masih dalam tahap rencana
6	Selain masalah dan kendala diatas, apakah ada masalah atau kendala lainnya?	Ada, namun sepertinya untuk saat ini masih belum terlalu menjadi prioritas karena sejauh ini masih belum menjadi masalah dan kendala yang berpengaruh
7	Apa saja yang menjadi masalah atau kendala tersebut?	Yang menjadi masalah atau kendala saat ini yaitu SOP, kemasan produk dan tidak adanya pengecekan kualitas bahan baku dari supplier
8	Apakah terdapat SOP pada perusahaan? Karena dari hasil pengamatan, para pekerja tidak menggunakan SOP	Ya, ada. Namun para pekerja lebih senang apabila bekerja tanpa menggunakan SOP, karena dianggap lebih cepat dalam melakukan pekerjaan dan para pekerja juga tidak ingin ribet apabila menggunakan SOP yang telah diterapkan oleh perusahaan
9	Apakah kemasan produk yang ada sekarang mempengaruhi penjualan?	Sebenarnya tidak. Namun, karena melihat perkembangan jaman yang begitu cepat dan begitu pesat, perusahaan ingin melakukan perbaikan atau peningkatan <i>design</i> kemasan agar nantinya punya nilai jual dan nilai tambah sehingga dapat mempertahankan penjualan dan dapat meningkatkan penjualan
10	Mengapa tidak dilakukan pengecekan kualitas bahan baku?	Tidak dilakukan pengecekan kualitas karena kurangnya SDM dalam mengelola dan melakukan pengecekan kualitas kedelai. Disamping itu, perusahaan juga sudah percaya sepenuhnya kepada supplier terhadap bahan baku yang dikirimkan ke pabrik karena selama berdirinya perusahaan dengan supplier yang masih sama, belum terdapat masalah yang serius terhadap kualitas kedelai sampai saat ini

#### Lampiran 4 Hasil Wawancara Untuk Alternatif Solusi

<b>Untuk: Direktur dan Manajer perusahaan</b>		
<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
1	Apa yang menjadi hambatan perusahaan dalam melakukan pengembangan area pemasaran di kota Solo?	Hambatan saat ini yaitu kurangnya sumber daya manusia yang mumpuni untuk mengelola bisnis dalam melakukan pemasaran di kota Solo. Perusahaan juga belum mengetahui bagaimana perancangan pengiriman barang ke Solo. Estimasi pengiriman yang efektif juga belum diketahui untuk meminimasi agar tempo tidak lama di perjalanan
2	Mengapa perusahaan tidak melakukan perekrutan karyawan untuk mendapatkan SDM yang mumpuni sesuai dengan kebutuhan perusahaan untuk melakukan pengembangan area pemasaran di kota Solo?	Tidak melakukan perekrutan karyawan karena masih belum mengetahui jumlah karyawan yang dibutuhkan, spesifikasi karyawan yang dibutuhkan, serta anggaran untuk gaji karyawan yang sesuai dengan budget perusahaan
3	Mengapa perusahaan tidak melakukan perancangan pengiriman barang ke Solo, perancangan anggaran untuk melakukan perekrutan karyawan dan perancangan estimasi pengiriman dari Yogya ke Solo?	Tidak melakukan perancangan pengiriman barang karena kurangnya SDM yang mengelola hal tersebut
<b>Untuk: Tim Pemasaran</b>		
1	Apa yang menjadi hambatan Tim Pemasaran dalam melakukan pengembangan area pemasaran di kota Solo?	Hambatan saat ini yaitu tidak mengetahui kondisi pasar dikota Solo karena belum melakukan analisis pasar
2	Mengapa tidak melakukan analisis langsung terkait kondisi pasar dikota Solo?	Tidak melakukan analisis langsung karena tidak mengetahui bagaimana perencanaan untuk melakukan pemasaran di kota Solo



### Lampiran 5 Data Calon Penerima yang Akan Bekerjasama

<b>Data</b> <b>Toko/Warung/RM/Restoran &amp; RS</b>
Waroeng Spesial Sambal "SS" Gonilan
Waroeng Spesial Sambal "SS" Kerten
Waroeng Spesial Sambal "SS" Manahan Timur
Waroeng Spesial Sambal "SS" Klodran
Waroeng Spesial Sambal "SS" Pattimura
Waroeng Spesial Sambal "SS" Jurug
Toko bu Slamet
Hotel & Resto Wastra Bumbu
RM Nampol
Ayam Goreng Kartini
Pecel Solo Resto
Sari Degan Ijo
Mang engking Solo
Rumah Sakit JIH
Rumah Sakit Kasih Ibu
Rumah Sakit Panti Waluyo
Rumah Sakit JIH Bhayangkara
Rumah Sakit PKU Muhamadiyah

**Lampiran 6 Dokumentasi Pasar Solo di Salah Satu Toko**



**Lampiran 7 Dokumentasi Pasar Solo di Salah Satu Restoran & Hotel**



**Lampiran 8 Dokumentasi Pasar Solo di Salah Satu Rumah Sakit**



**Lampiran 9 Dokumentasi Pasar Solo di Salah Satu Rumah Makan**



**Lampiran 10 Sampel Tempe Ukuran Besar**



**Lampiran 11 Sampel Tempe Ukuran Medium**



**Lampiran 12 Sampel Tempe Ukuran Sedang**



**Lampiran 13 Sampel Tempe Ukuran Kecil**



**Lampiran 14 Sampel Tempe Ke Solo**



**Lampiran 15 Implementasi Rute Pengiriman ke RS JIH**



**Lampiran 16 Implementasi Rute Pengiriman ke RS Kasih Ibu**



**Lampiran 17 Implementasi Rute Pengiriman ke RS JIH Bhayangkara**



**Lampiran 18 Implementasi Rute Pengiriman ke RS Panti Waluyo**



**Lampiran 19 Implementasi Rute Pengiriman ke RS PKU Muhammadiyah**



**Lampiran 20 Implementasi Rute Pengiriman ke Ayam Goreng Kartini**



**Lampiran 21 Implementasi Rute Pengiriman ke Toko bu Slamet**



**Lampiran 22 Implementasi Rute Pengiriman ke Pecel Solo Resto**



**Lampiran 23 Implementasi Rute Pengiriman ke Hotel & Resto Wastra Bumbu**



**Lampiran 24 Implementasi Rute Pengiriman ke Waroeng Spesial Sambal "SS" Kerten**



**Lampiran 25 Implementasi Rute Pengiriman ke Waroeng Spesial Sambal "SS" Jurug**





**Lampiran 26 Implementasi Rute Pengiriman ke Waroeng Spesial Sambal "SS" Klodran**



**Lampiran 27 Implementasi Rute Pengiriman ke Waroeng Spesial Sambal "SS" Pattimura**



**Lampiran 28 Implementasi Rute Pengiriman ke Waroeng Spesial Sambal "SS" Manahan Timur**



### Lampiran 29 Implementasi Rute Pengiriman ke Mang Engking Solo



### Lampiran 30 Implementasi Rute Pengiriman ke Sari Degan Ijo



### Lampiran 31 Bukti Bimbingan TA Dosen 1

Bimbingan

No	Tanggal Bimbingan	Status Pesan	Tipe Bimbingan	Status Bimbingan	Action
1	Selasa, 02 Jul 2024   03:23	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	⋮
2	Selasa, 02 Jul 2024   03:21	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	⋮
3	Selasa, 02 Jul 2024   03:17	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	⋮
4	Selasa, 02 Jul 2024   03:10	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	⋮
5	Selasa, 02 Jul 2024   03:14	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	⋮
6	Selasa, 04 Jun 2024   06:54	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	⋮
7	Rabu, 29 Mei 2024   07:06	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	⋮
8	Selasa, 07 Mei 2024   21:32	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	⋮
9	Sabtu, 04 Mei 2024   16:22	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	⋮
10	Sabtu, 04 Mei 2024   15:21	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	⋮

No	Tanggal Bimbingan	Status Pesan	Tipe Bimbingan	Status Bimbingan	Action
11	Selasa, 23 Apr 2024   16:33	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	
12	Sabtu, 20 Apr 2024   21:29	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	
13	Rabu, 17 Apr 2024   07:40	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	
14	Sabtu, 13 Apr 2024   11:01	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	
15	Senin, 08 Apr 2024   11:39	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	
16	Jumat, 05 Apr 2024   21:09	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	

## Lampiran 32 Bukti Bimbingan TA Dosen 2

No	Tanggal Bimbingan	Status Pesan	Tipe Bimbingan	Status Bimbingan	Action
1	Selasa, 02 Jul 2024   03:36	Menunggu Balasan	Online	Belum dikonfirmasi	
2	Selasa, 02 Jul 2024   03:34	Menunggu Balasan	Online	Belum dikonfirmasi	
3	Selasa, 02 Jul 2024   03:31	Menunggu Balasan	Online	Belum dikonfirmasi	
4	Selasa, 02 Jul 2024   03:27	Menunggu Balasan	Online	Belum dikonfirmasi	
5	Selasa, 04 Jun 2024   06:00	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	
6	Selasa, 23 Apr 2024   17:03	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	
7	Selasa, 23 Apr 2024   17:02	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	

## Lampiran 33 Turnitin

200610962\_Tugas Akhir\_Turnitin

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	3%
2	Submitted to Binus University International Student Paper	2%
3	mvd.kerala.gov.in Internet Source	1%
4	superpedia.rumahilmu.or.id Internet Source	<1%
5	archive.org Internet Source	<1%
6	www.mukaibo.com Internet Source	<1%
7	Submitted to City University of Hong Kong Student Paper	<1%
8	www.jamball.com Internet Source	<1%
9	Submitted to Rutgers University, New Brunswick Student Paper	<1%