

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran secara garis besar atas hasil penelitian. Bab ini merupakan bagian terakhir penelitian setelah dilakukan analisis data yang disimpulkan dan selanjutnya digunakan untuk memberikan saran untuk perubahan yang lebih baik.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berupa data-data dari wawancara dan observasi sehingga diperoleh hasil seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi produk dan jasa yang diterapkan oleh Showroom Juanda Mobil Group yang berkaitan dengan pengembangan nilai-nilai dalam produk showroom adalah dengan : (a) mengutamakan kualitas mobil yang dijual dalam kondisi prima dan for your use (siap pakai); (b) melengkapi sarana ibadah seperti alat sholat, arah kiblat dan Al-Quran dalam showroom; (c) memfasilitasi jaringan internet didalam showroom untuk melakukan akses jual-beli melalui website, sebagai penunjang kinerja showroom dalam menawarkan produknya dan akses jaringan internet ini bisa dimanfaatkan oleh konsumen maupun pelanggan; (d) menyediakan tempat dan waktu khusus untuk konsumen yang bertransaksi atau sekedar mencari informasi tentang mobil di showroom seperti meeting room konsumen dan lobby; (e) Juanda Mobil Group tidak hanya melayani barang second tetapi juga menawarkan barang baru.

2. Strategi harga yang diterapkan oleh Showroom Juanda Mobil Group yang berkaitan dengan diberikannya diskon bagi konsumen yang menjadi pelanggan aktif. Dalam penentuan harga, bersifat fleksibel dengan mengikuti harga pasar dan bisa dinegosiasi atau tawar menawar walaupun image harga mahal pada showroom tetap terjaga.
3. Strategi lokasi dan distribusi yang diterapkan oleh Showroom Juanda Mobil Group adalah dengan pemanfaatan daerah strategis yang berada keramaian kota Malang dan berada didaerah bersebelahan dengan industri dan berada tepat di depan Hartono Elektronik yang notabenehnya tempat kunjungan bagi banyak orang sehingga hal tersebut dapat menciptakan kesan positif bagi konsumen atau pelanggan yang hendak berkunjung ke Showroom Juanda Mobil Group.
4. Bentuk promosi yang diterapkan oleh Showroom Juanda Mobil Group adalah dengan mengutamakan etika dan kejujuran dalam mengkomunikasikan dan memberikan penawaran produknya. Jika dilihat dari sudut pandang syariat Islam maka strategi promosi dengan menjunjung tinggi etika tersebut sangatlah sesuai dengan yang diajarkan oleh syariat Islam.
5. Bentuk optimalisasi *people* atau karyawan yang diterapkan oleh Showroom Juanda Mobil Malang adalah dengan : (a) mengutamakan sikap ramah tamah dan sopan santun saat berkomunikasi dengan konsumen, agar konsumen mendapatkan kepuasan dalam pelayanannya; (b) memiliki budaya tegur sapa dengan ucapan salam yang Islami seperti

“*assalamualikum*” kepada seluruh konsumen untuk konsumen muslim;  
(c) berpenampilan baik dan rapi untuk menjaga image yang dipercayakan perusahaan ke karyawan. Bahwa citra perusahaan secara tidak langsung ada di karyawannya sebagai ujung tombak perusahaan dalam menjalankan usahanya.

6. Strategi proses dan prosedur yang diterapkan oleh Showroom Juanda Mobil Group adalah dengan : (a) memberikan Don't pay men kepada pihak showroom, jika terjadi kesepakatan antara konsumen dan pihak showroom. Tidak harus membayar uang muka separuh dari harga barang yang dibeli, cukup 5% atau 10% harga barang. Sebagai tanda bukti pindahnya hak milik ke konsumen walaupun belum secara penuh (b) proses pembayaran yang diberikan berbagai macam penawaran oleh showroom, untuk memudahkan konsumen dalam membayarkan uangnya; (c) Prosedur pembelian mobil mempunyai dua kategori yakni pembelian secara kredit atau tunai.
7. Strategi *physical evidence* yang diterapkan oleh Showroom Juanda Mobil Malang adalah dengan menunjangnya banyak lampu dan lay out, fasilitas tambahan yang mendukung dalam kegiatan ibadah seperti musholla yang berada ditempat yang mudah dijangkau, selaras dengan penjelasan dari pembeli dan marketing pada BAB IV .

## 5.2 Saran

Dari penelitian yang dilakukan di Showroom Juanda Mobil Malang terdapat beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai masukan dan saran agar dapat lebih memaksimalkan penyempurnaan untuk menjadi showroom yang benar-benar memfasilitasi secara penuh konsumennya baik dari pelayanan maupun produk yang mereka beli dan memberikan pendukung produk sehingga dapat meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan diantaranya adalah:

1. Pada dasarnya *Marketing Mix* yang diterapkan oleh Showroom Juanda Mobil Malang sudah baik dan sudah dapat membedakan dengan produk para pesaing. Namun perlu adanya inovasi terus menerus bagi Showroom karena banyaknya perusahaan pesaing yang telah melakukan hal yang sama seperti yang telah dilakukan Showroom Juanda Mobil Malang pada saat ini dalam mengkomunikasikan produknya.
2. Memperluas kegiatan pemasaran atau promosi dengan banyak bekerjasama dengan instansi-instansi lain untuk meningkatkan penjualan mobil, agar bisa mencapai target lebih.
3. Membangun Showroom di kota di luar Malang, agar Showroom Juanda Mobil Malang bisa lebih terkenal sekaligus memperluas jaringan penjualan dengan terlibatnya konsumen-konsumen baru di luar Kota Malang.