

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

GL Zoovenir merupakan toko atau gerai *merchandise* resmi yang berada di Gembira Loka Zoo. Gerai yang menawarkan produk dengan ciri khas kepada pengunjung Gembira Loka Zoo. GL Zoovenir sudah menerapkan *marketing mix* (4P) dengan baik tetapi dalam penerapannya juga mendapat kendala. Berdasarkan data yang diperoleh pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. GL Zoovenir sudah menjalankan strategi *marketing mix* dengan baik yakni produk dengan berbagai macam kategori dengan ciri khas dan brand Gembira Loka, dengan harga yang cukup bersaing, GL Zoovenir juga berada di tempat atau lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh pengunjung. GL Zoovenir juga melakukan promosi melalui media sosial walaupun promosi tersebut berada dalam akun resmi Gembira Loka.
2. Kendala yang dihadapi GL Zoovenir dalam menerapkan strategi *marketing mix* (4P) dalam memasarkan produknya yaitu sulitnya mencari vendor atau supplier yang sesuai dengan keinginan. Dalam menetapkan harga pun banyak pengunjung yang mengeluh dan menawar karena harga yang mahal, beberapa gerai ukurannya tidak terlalu luas sehingga idak bisa memajang setiap produk. Dan tidak adanya admin untuk memegang kendali media sosial untuk promosi.