

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bab ini merupakan kesimpulan yang dapat penulis simpulkan mengenai STP (*Segmentasi, Targeting, dan Positioning*) Pusat Oleh-Oleh Nyenyес Palembang adalah sebagai berikut:

1. Pusat oleh-oleh Nyenyес Palembang tidak membagi secara khusus segmen pasar mereka. Namun berdasarkan yang dijual oleh Nyenyес Palembang diperuntukkan untuk laki-laki maupun perempuan, baik anak-anak sampai dewasa. Artinya Nyenyес Palembang dapat menentukan segmentasi pasar berdasarkan demografis, yaitu segmentasi yang dibagi menjadi kelompok berdasarkan variabel seperti usia, jenis kelamin, pendapatan maupun pekerjaan. Untuk jenis produk kaos, tas, topi, sandal, miniature, strategi yang dilakukan sudah cukup baik. Namun, untuk produk aksesoris perlu dilakukan inovasi supaya lebih diminati oleh konsumen.
2. Pusat oleh-oleh Nyenyес Palembang tidak ada target pasar khusus yang menjadi prioritas Nyenyес Palembang dalam memasarkan produk yang mereka jual, pusat oleh-oleh nyenyес membidik semua kalangan untuk menjual produk yang mereka produksi. Berdasarkan hal tersebut pendekatan yang dapat dilakukan yaitu dengan pembidikan pasar berbasis diferensiasi produk. Strategi pembidikan pasar ini sering dilakukan ketika segmen pasar tidak dapat diidentifikasi dengan jelas. Harga yang ditawarkan Nyenyес Palembang untuk produk yang dijual relatif mahal dibandingkan dengan pesaing yang menjual produk yang sejenis. Nyenyес perlu melakukan inovasi dan evaluasi harga supaya dapat bersaing di pasar.
3. Pada dasarnya posisi Nyenyес Palembang belum banyak mengetahui Nyenyес Palembang yang merupakan pusat oleh-oleh kaos desain kreatif Palembang. Strategi pemasaran yang dilakukan untuk lokasi serta promosi yang dilakukan Nyenyес Palembang dalam memasarkan produk yang dijual sudah cukup baik. Penempatan posisi pasar yang dilakukan oleh Nyenyес

Palembang supaya produk maupun merek Nyenyas Palembang dapat diingat dan menjadi tempat tersendiri dibenak konsumen dengan cara, menentukan produk yang relevan serta memposisikan produk yang dijual nyenyas supaya dapat digunakan oleh semua kalangan. Mendata produk yang diinginkan konsumen berdasarkan kebutuhan, dan serta mengidentifikasi pesaing dengan cara melakukan inovasi terhadap produk yang dijual.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan serta kesimpulan maka dapat penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh segmentasi pasar yang luas sebaiknya pusat oleh-oleh Nyenyas melakukan kerjasama dengan biro perjalanan maupun hotel yang merupakan bagian dari *stakeholder* pariwisata dalam memberikan informasi dan promosi dari produk pusat oleh-oleh Nyenyas Palembang.
2. Pusat oleh-oleh Nyenyas sebaiknya menyediakan berbagai macam harga produk agar dapat dijangkau semua kalangan. Tersedianya produk dengan berbagai harga dapat memperluas target pasar Pusat Oleh-Oleh Nyenyas Palembang.
3. Agar posisi pusat Oleh-oleh Nyenyas Palembang di mata konsumen dan pesaing memiliki nilai lebih, Nyenyas Palembang tetap mempertahankan kualitas produk yang di jual serta memperluas promosi agar merek Nyenyas Palembang lebih kenal masyarakat luas.