

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai Strategi Produk dan Promosi Kriya Sriwijaya dalam meningkatkan minat beli wisatawan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Strategi Produk yang diterapkan oleh Kriya Sriwijaya dalam meningkatkan minat beli wisatawan sudah sangat baik. Kriya Sriwijaya menerapkan strategi bauran produk diantaranya dengan melakukan perluasan bauran produk dengan cara menerima produk-produk baru yang dibuat oleh pengrajin yang berasal dari 17 kabupaten/kota yang ada di Sumatera Selatan setiap bulannya, mengurangi bauran produk yang dianggap kurang menguntungkan dengan cara mengembalikan produk-produk yang kurang diminati oleh wisatawan kepada pengrajin, melakukan perubahan wujud produk dengan cara menambah desain produk dan mengemas produk dengan kemasan yang menarik, memposisikan produk dengan cara menetapkan segmen pasar, serta melakukan trading up dan trading down
2. Strategi Promosi yang diterapkan Kriya Sriwijaya selama ini diantaranya dengan menjalankan fungsi *Advertising* dengan cara memasang iklan berbayar di sosial media, memasang *billboard* ditempat strategis yang ada dikota Palembang, serta memasang iklan dimedia cetak dan televisi. menjalankan fungsi *sales promotion* dengan cara mengadakan *event*, dan pemberian diskon. Menjalankan fungsi *public relations* dengan cara menjaga hubungan baik dengan pemerintah, publik, dan perusahaan yang menjadi vendor mereka, serta menjadi sponsor di acara pemilihan Bujang Gadis Kampus (BGK) 2021, serta menjalankan fungsi *Direct Marketing* melalui media sosial seperti

facebook, youtube dan instagram. Namun, Strategi Promosi yang diterapkan Kriya Sriwijaya selama ini belum maksimal, Dampak dari Belum maksimalnya Penerapan Strategi Promosi yang dilakukan oleh Kriya Sriwijaya adalah menurunnya omzet penjualan Kriya Sriwijaya dalam beberapa bulan terakhir. Menurunnya omzet penjualan juga tentu berarti menandakan minat beli wisatawan yang menurun, Karena jika minat beli wisatawan meningkat, tentu omzet penjualan Kriya Sriwijaya pun akan meningkat.

1.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan diatas, berikut saran dari peneliti yang diharapkan dapat bermanfaat untuk Kriya Sriwijaya:

1. Kriya Sriwijaya hendaknya selalu berupaya untuk mempertahankan kualitas produknya, selain itu Kriya Sriwijaya juga harus melakukan inovasi dalam mengembangkan produk-produk yang ada baik dari segi desain ataupun kemasan produk agar produk-produk Kriya Sriwijaya semakin diminati oleh para wisatawan.
2. Strategi Promosi Kriya Sriwijaya hendaknya lebih dimasifkan lagi utamanya di media sosial seperti *Instagram, Facebook dan Youtube* karena dimasa pandemi ini media sosial adalah salah satu *platform* yang paling efektif untuk melakukan promosi karena dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, hendaknya Kriya Sriwijaya menjalankan fungsi *personal selling* ketika covid-19 mulai mereda, serta Harapannya, Kriya Sriwijaya dapat merekrut SDM yang mumpuni dibidang promosi. Selain itu, hendaknya pegawai Kriya Sriwijaya yang ada saat ini mengikuti pelatihan yang berkaitan dengan promosi. Sehingga, jenis promosi yang belum dilakukan Kriya Sriwijaya saat ini, kedepannya dapat dilakukan.