

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Pada bab-bab sebelumnya telah di ungkapkan mengenai analisis strategi pemasaran produk songket. Adapun analisis strategi pemasaran produk songket kampoeng BNI di Indralaya Kabupaten Ogan Ilir. Penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran songket yang digunakan oleh kampoeng BNI di Indralaya Kab. Ogan Ilir adalah 4P (*produk, price, place, promotion*).

Strategi yang dilakukan Kampoeng BNI mengenai produk ialah Kampoeng BNI membuat songket dengan banyak ragam songket maupun ragam motif songket, menentukan harga yang pas untuk setiap konsumen, melakukan strategi harga untuk memasarkan suatu songket dengan harga murah dan terjangkau. Pemilihan tempat/lokasi yang disasar adalah pasar-pasar, agen songket, bazar dan di konsumen langsung dan Kampoeng BNI dalam mempromosikan songketnya dengan cara/gaya dari mulut kemulut serta menggunakan sosial media.

2. Faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran adalah sebagai berikut:
  - a. Faktor pendukung strategi pemasaran di kampoeng BNI Indralaya adalah dipandang dari sisi produk dan harga, songket yang dibuat/ditenun oleh pengrajin kampoeng BNI, songketnya rapi,

tenunannya rapat dan memiliki ragam, kualitas, desain, fitur, kemasan, dan layanan yang baik. Songket pewarnaan alami menjadi ciri khas produk songket di Kampoeng BNI karena songket ini terbuat dari warna-warna alam biasanya dibuat dari akar-akar pohon dan ada pula yang menggunakan dedaunan. Harganya juga relative terjangkau karena di Kampoeng BNI pengrajin-pengrajinnya menenun dengan sendiri.

- b. Faktor penghambat strategi pemasaran di Kampoeng BNI adalah dipandang dari sisi tempat dan promosi. Tempatnya tidak strategis karena letaknya cukup jauh dari pusat kota. Salurannya terbatas, cakupannya belum luas. Dan begitu dilihat dari sisi promosi, promosinya terbatas.

## **B. Saran**

Berdasarkan beberapa kesimpulan diatas mengenai analisis strategi pemasaran produk songket kampoeng BNI di Indralaya Kabupaten Ogan Ilir. Maka penulisan memberikan saran sebagai berikut: Di dalam berwirausaha haruslah memiliki kejelian di dalam melihat peluang pasar yang akan digunakan. Karena aspek pasarakan sangat mempengaruhi omset penghasilan dari usaha yang dijalankan.

Kita perlu menggunakan strategi-strategi pemasaran. Pada umumnya mereka hanya mengoptimalkan hal-hal yang mengenai produk secara keseluruhan baik. Walaupun factor produk juga merupakan faktor yang sangat penting di

dalam berwirausaha. Terkenalnya *brand* atau merk suatu produk tidakkan lepas dari aspek pemasaran itu sendiri, tetapi wirausahawan pada umumnya tidak mengetahui apa yang menjadi penyebab mengapa pemasaran produk mereka gagal. Apabila suatu pemasaran produk di dalam berwirausaha mengalami kendala maka dapat ditafsirkan penjualan produk tadi akan tidak optimal bahkan usaha itu sendiri akan bangkrut dan mengalami kerugian yang besar. Maka dari itulah kita sebagai calon wirausaha sebelum terjun ke dunia pasar kita perlu melakukan strategi pemasaran yang matang.