

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Pada penelitian ini menghasilkan analisa matrik SWOT dan menghasilkan beberapa strategi sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis matriks IE, didapati bahwa objek wisata sungai mesuji berada pada kuadran II dengan strategi yang cocok yakni strategi intensif (pengembangan produk, penetrasi pasar dan pengembangan pasar).
2. Strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh objek wisata dermaga sungai mesuji yakni strategi intensif dengan cara mengembangkan produk, kemudian melakukan promosi dengan cara penetrasi pasar keseluruh wilayah Kabupaten Mesuji dan terakhir melakukan promosi perluasan pasar ke luar wilayah Kabupaten Mesuji.

B. SARAN

Beberapa saran yang dapat diberikan untuk objek wisata dermaga sungai mesuji :

1. Melakukan pengembangan produk yang lebih inovatif, kekinian dan disukai pelanggan. Produk wisata yang dikembangkan bisa berupa paket wisata susur sungai, paket wisata budaya, mengembangkan atau merenovasi lokasi wisata yang ada menjadi lebih menarik.
2. Melakukan promosi secara intensif ke seluruh wilayah di Kabupaten Mesuji dan melakukan promosi secara intensif diluar wilayah

Kabupaten Mesuji. Promosi dapat dilakukan secara daring melalui media sosial, website, radio dan iklan di televisi lokal. Selain itu promosi juga dapat dilakukan dengan cara memasang papan iklan atau baliho di tempat-tempat yang strategis.