

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pedagang kaki lima (PKL) di kawasan wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu, dengan melibatkan enam narasumber (empat pedagang dan dua pengunjung), serta melalui pendekatan analisis SWOT yang meliputi faktor internal dan eksternal, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi memanfaatkan lokasi strategis untuk meningkatkan omzet

Pedagang kaki lima memiliki kekuatan lokasi yang strategis karena berada di jalur utama pengunjung. Strategi yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan potensi ini adalah melalui pendekatan diversifikasi, yaitu dengan memperluas jenis produk yang ditawarkan, menciptakan tampilan visual lapak yang menarik, serta meningkatkan pelayanan. Di tengah keterbatasan jumlah kios permanen, pedagang juga dapat memaksimalkan area usaha yang tersedia dengan penataan yang lebih rapi dan efisien, serta promosi melalui media sosial agar konsumen dapat mengenali lokasi mereka dengan mudah.

2. Upaya meningkatkan kualitas produk guna membangun loyalitas pelanggan

Kualitas produk merupakan salah satu kekuatan utama yang dimiliki PKL. Untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan, pedagang perlu memastikan bahwa bahan baku yang digunakan tetap

segar, rasa konsisten, serta pelayanan yang cepat dan ramah. Strategi yang relevan adalah SO dan ST, yaitu dengan memperkuat keunggulan produk sambil menghadapi ancaman persaingan. Selain itu, pedagang disarankan mengadopsi standar kebersihan dan pelayanan guna menciptakan pengalaman positif yang mendorong loyalitas pelanggan.

3. Strategi pemanfaatan pasar wisatawan lokal dan mancanegara

Meskipun kunjungan wisatawan ke Pantai Panjang cukup konsisten, pedagang masih belum optimal dalam memanfaatkan peluang tersebut. Strategi WO perlu diterapkan, yakni dengan mengikuti pelatihan promosi digital, membuat katalog produk yang menarik, serta memperluas promosi melalui media sosial atau kerja sama dengan komunitas wisata. Hal ini akan memperluas jangkauan pasar PKL, meningkatkan visibilitas produk, serta meningkatkan peluang penjualan kepada wisatawan dari berbagai daerah.

4. Solusi menghadapi persaingan ketat antar PKL di kawasan wisata

Persaingan antar PKL menjadi ancaman utama, terutama dalam hal produk yang serupa dan harga yang bersaing. Untuk menghadapi hal ini, strategi WT dapat digunakan, yaitu dengan menjaga kualitas produk dan pelayanan, menyesuaikan harga secara fleksibel berdasarkan harga bahan baku, serta menjaga kebersihan dan kerapian lapak. Pendekatan ini memungkinkan PKL tetap bertahan dalam kondisi pasar yang dinamis dan kompetitif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan pembahasan, maka diperlukan adanya langkah-langkah tindak lanjut yang dapat membantu meningkatkan daya saing pedagang kaki lima di kawasan wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu. Dengan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pemerintah daerah dan dinas terkait disarankan untuk menyediakan pelatihan rutin bagi pedagang kaki lima, khususnya dalam bidang pemasaran digital, pengelolaan keuangan usaha, dan pengemasan produk. Hal ini penting agar PKL dapat lebih adaptif terhadap tren pasar dan mampu menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk wisatawan lokal maupun mancanegara.
2. Pedagang kaki lima diharapkan mulai menerapkan strategi diversifikasi secara nyata, seperti menambah variasi menu, memanfaatkan teknologi pembayaran digital (seperti QRIS), serta meningkatkan penataan dan kebersihan lapak. Langkah ini bertujuan untuk menarik minat konsumen dan menciptakan keunggulan kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat.
3. Pengelola kawasan wisata Pantai Panjang sebaiknya memberikan ruang yang kondusif bagi aktivitas pedagang kaki lima dengan memperhatikan penataan yang rapi, fasilitas pendukung, dan keterlibatan dalam promosi kawasan. Kolaborasi antara pedagang dan pengelola wisata akan menciptakan lingkungan usaha yang berkelanjutan sekaligus meningkatkan kenyamanan bagi pengunjung.