

ABSTRAK

Suhartin H Zakaria 2013. Strategi Pemasaran Produk Karawo pada Toko Kerawang Kembang Indah Gorontalo. Skripsi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah bimbingan Prof.Dr.Hj.Asna Aneta,M.Si selaku pembimbing I dan Drs.Maha Atma Kadji,M.Si selaku pembimbing II

Dalam penelitian ini peneliti berperan langsung meneliti pada Toko Kerawang Kembang Indah untuk mengumpulkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data yaitu analisis domain, taksonomi, dan analisis tema dimana hasil yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dikaitkan dengan teori-teori yang relevan.

Sebagai kesimpulan dari penelitian ini adalah Karawo merupakan salah satu bentuk industri usaha kecil yang bergerak dibidang sulaman karawo bentuk baju wanita/pria, kipas-kipas, taplak meja,mukena, sapu tangan dan lain-lain. Sedangkan strategi pemasaran adalah “wujud rencana yang terarah untuk memperoleh hasil yang optimal”. Strategi pemasaran produk karawo lebih banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain dari faktor produk, harga, distribusi dan promosi yang dilakukan oleh Toko Kerawang Kembang Indah. Faktor lain adalah makin banyaknya pesaing yang menjual produk karawo dan banyak desain baru dan trend produk yang muncul dikalangan masyarakat sehingga adanya kecenderungan masyarakat/pembeli untuk mengikuti trend yang ada, serta adanya peningkatan ekonomi masyarakat Gorontalo secara umum.

Kata kunci : Karawo, Strategi dan Pemasaran.

ABSTRACT

Suhartin H Zakaria 2013. Marketing Strategy of Kerawang at Gorontalo Kerawang Kembang Indah Shop. Skripsi, Department of Economics Education, Faculty of Economics and Business. Universitas Negeri Gorontalo. It was supervised by Prof. Dr. Hj. Asna Aneta, M.Si as the Principal Supervisor and Drs. Maha Atma Kadji, M.Si as the co supervisor.

In this research, researcher was directly in charge to investigate kerawang kembang indah shop to collect data through observation and interview. The research applied data analysis such as Domain, taxonomy analysis and theme analysis gained from interview and observation as combined with relevant theories.

To sum up the research, Karawo is considered to be small business industry which focuses on embroidered karawo as cloth design for male.female, manual fan, table cloth, white cloak, gloves, and etc. Marketing strategy was focused plan in implementation to acquire optimal output. Marketing strategy of karawo is more affected by several factors such as product, price, distribution, and promotion of Kerawang Kembang Indah Shop. Other factors are considered the increase of competitors who sell new design of karawo as mostly promoted its popularity. Community as buyers tend to engage with the available design and the increase of community economy in Gorontalo.

Keywords: Karawo, Strategy and Marketing