

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa karawo merupakan salah satu bentuk industri usaha kecil yang bergerak dibidang sulaman karawo bentuk baju wanita/pria, kipas2, 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 semakin banyak pesaing yang menjual produk karawo, dan juga banyak desain baru dan trend produk yang muncul dikalangan masyarakat sehingga adanya kecenderungan masyarakat/pembeli untuk lebih mengikuti trend yang ada serta adanya peningkatan ekonomi masyarakat Gorontalo secara umum.

5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, berikut ini akan di kemukakan beberapa saran antara lain:

5.2.1. Saran untuk pihak pemilik Toko Kerawang Kembang Indah agar lebih meningkatkan strategi pemasaran produk karawo seperti batik, kain tenun yang bisa dikenal oleh masyarakat luas. Dan juga peneliti mengharapkan agar pemilik Toko Kerawang Kembang Indah lebih mempromosi kan produk ini melalui media cetak atau media elektronik yang ada.

- 5.2.2. Diharapkan pula kepada pemilik Toko Kerawang Kembang Indah agar dapat membuat tulisan atau dokumen-dokumen mengenai data-data penting mengenai keberadaan Toko Kerawang Kembang Indah tersebut, ini diharapkan agar nantinya ada yang melakukan penelitian kembali pada Toko Kerawang Kembang Indah mudah mendapatkan informasi-informasi penting tersebut.
- 5.2.3. Peneliti megharapkan kepada karyawan Toko Kerawang Kembang Indah agar lebih meningkatkan lagi pelayanannya terhadap pelanggan/konsumen yang hendak membeli atau hanya sekedar berkunjung.
- 5.2.4. Kiranya Toko Kerawang Kembang Indah mendekatkan produk karawo pada karakteristik remaja, sebab selama ini remaja umumnya masih kurang tertarik akan produk karawo ini yang menjadi ciri khas daerah Gorontalo.
- 5.2.5. Produk karawo harus lebih selektif dalam menciptakan desain sehingga digunakan konsumen merasa nyaman dan tampil cantik
- 5.2.6. Dalam menghadapi persaingan saat ini, sebaiknya perusahaan lebih banyak lagi menciptakan desain-desain karawo yang lebih baik lagi sehingga karawo yang berasal dari daerah Gorontalo lebih dikenal luas oleh masyarakat seperti batik dari Jawa, kerajinan tenunan dan lain sebagainya.