

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya dapat disimpulkan, bahwa eksistensi Rumah *Karawo* dibangun melalui 5 karakteristik yaitu: 1) Tenaga kerja: terbagi atas karyawan (7 orang) dan pengrajin yang tersebar di beberapa wilayah di Provinsi Gorontalo. Keduanya adalah kekuatan Rumah *Karawo* dalam mempertahankan eksistensi; 2) Teknologi Produksi: menggunakan alat dan bahan yang mudah didapat, sehingga dapat menjamin keberlangsungan produksi. Selain itu, memiliki teknik yang menjadi pendukung kualitas produknya, sekaligus menjadi ciri khas Rumah *Karawo*; 3) Produk yang dihasilkan: terbagi atas produk bahan, pakaian pria, pakaian wanita, pakaian anak, dan milineris. Keanekaragaman produk ini diyakini dapat memenuhi selera konsumen secara luas; 4) Distribusi Produk: dipasarkan dengan *online* (*Facebook*, *Instagram*, *Marketplace*). *Offline* dengan memaksimalkan galeri yang representatif dengan konsep 3b belanja, belajar dan berwisata. Serta memaksimalkan media massa; 5) Manajemen usaha: dibangun dengan konsep yang kuat, memiliki visi-misi dan tujuan yang jelas, sehingga mudah menentukan strategi pengembangan usaha.

Selanjutnya, strategi/cara Rumah *Karawo* dalam membangun reputasi adalah sebagai berikut: 1) Reputasi kualitas produk: memiliki standar kualitas yang ditetapkan dan konsisten dipertahankan dan berhasil membuat Rumah *Karawo* memiliki konsumen loyal; 2) Reputasi Pemasaran: menjalankan bisnis secara online dan offline, serta didukung oleh media massa dalam mempromosikan produk; 3) Reputasi Inovasi produk: Konsisten melakukan pengembangan produk agar memenuhi selera konsumen serta konsisten meluncurkan produk pada momen-momen tertentu.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi para pelaku usaha yang ingin seperti Rumah *Karawo*, harus mengembangkan strategi yang diterapkan Rumah *Karawo* yaitu

memperkuat karakter pembentuk eksistensi, seperti 1) Tenaga Kerja; 2) Teknologi Produksi; 3) Produk yang dihasilkan; 4) Distribusi Produk dan; 5) Manajemen Usaha. Serta, menerapkan strategi Rumah *Karawo* dalam membangun reputasi yaitu: 1) Reputasi Kualitas Produk; 2) Reputasi Pemasaran; 3) Reputasi Inovasi Produk.

2. Dalam pencarian data di lapangan, peneliti menemukan banyak data menarik lainnya yang belum dikaji secara mendalam dan menarik untuk diteliti dari Rumah *Karawo*, yaitu: 1) Sejarah perkembangan Rumah *Karawo*; 2) Digital Marketing sebagai kekuatan promosi; 3) Produk dari awal berdirinya Rumah *Karawo*. Untuk itu kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada objek-objek tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, S. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pelanggan Dan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Apotek K-24 Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen & Akuntansi*, 5(3): 103-121
- Dai, S.L. 2019. Eksistensi Sulaman Karawo Dalam Menunjang Pariwisata Gorontalo. *TULIP: Tulisan Ilmiah Pariwisata*, 1(2): 1-12
- Dick, A.S., Richardson, P.S. dan Jain, A.K. 1994. Extrinsic and Intrinsic Cue Effects On Perceptions Of Store Brand Quality. *Journal of Marketing*, 4(58): pp.28-36.
- Fevrianty, W.F. 2018. Analysis Of Corporate Reputation Building Through Corporate Story Strategy (Case Study On Go-Jek Online-Based Transportation Service). *Jurnal InterAct*, 2(7): 46-53
- Gumilar, G dan I. Zulfan. (2014). Penggunaan Media Massa dan Internet Sebagai Sarana Penyampaian Informasi dan Promosi Oleh Pengelola Industri Kecil dan Menengah di Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 2(1): 85-92.
- Hariana., dan T. Lasalewo. (2012). Analisa Proses Produksi Sulaman Kerawang Khas Gorontalo. *Prosiding Seminar Nasional 2012 "Peningkatan Kompetensi Guru Dalam Menghadapi UKG"*, 7(9): 80–86.
- Hasdiana., U. Naini., I. Mohamad dan N. Maulana. (2019). Engineering Design of Traditional Gorontalo Motif for Learning KarawoEmbroidery.*Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 335: 327-332.
- Herbig, P., J. Milewicz and J. Golden. (1994). A Model Of Reputation Building and Destruction. *Journal Of Business Research*, 1(31): 23-31.
- Herviani, V. dan A. Ferbiansyah. 2016. Tinjauan Atas Proses Penyusunan Laporan Keuangan Pada Young Entrepreneur Academy Indonesia Bandung. *Jurnal Riset Akuntansi*, 8(2): 19-27.
- Kotler, P dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Pearson: Prentice Hall
- Lagalo, A. 2018. Kerajinan Sulaman Karawo Sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus Di Provinsi Gorontalo (Kasus Sentra Kerajinan Sulaman Karawo). *Tulisan Ilmiah Pariwisata*, 1(2): 75–92.
- Anomsari, M.A. 2011. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Semantik: Semarang.
- Maulana, Y.S. 2020. Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 1(8): 86-91.
- Miles, M.P dan J.G. Covin. 2000. Environmental Marketing: A Source Of Reputational, Competitive and Financial Advantage. *Journal Of Business Ethics*, 5(23): 299-311

- Nugroho J. Setiadi, 2018. *Perilaku Konsumen*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta
- Parvin, M.M., dan N. Kabir. 2011. Factors affecting employee job satisfaction of the pharmaceutical sector. *Australian Journal Of Business and Management Research*, 9(1): 113-123.
- Patilima, H. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. ALFABET: Bandung.
- Prasanti, D. 2018. Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 13–21.
- Pratiwi, I.N. 2017. Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2): 202–224.
- Rahmatiah. 2017. Sulam Karawo: Konstruksi Identitas Budaya Gorontalo. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya*, 1(3): 9-17
- Rambang, S. Sambiran, dan V. Kasenda. 2018. Eksistensi Lembaga adat Dalam Pembangunan Kecamatan Tawalian Kabupaten Mamasa. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 1(1): 2337–5736.
- Ranelis, dan K. Malik. 2018. Pengembangan Desain Dan Motif Produk Sulam Koto Gadang, Sumatera Barat. *Ideology*, 3(1), 23–46.
- Sinaga, Ricard, dkk. 2000. *Adat Budaya Batak dan Kristiani*. Dian Utami: Jakarta
- Siswanto Sutojo, 2014. *Membangun Citra Perusahaan*. PT. Dinar Mulya Pustaka: Jakarta
- Sondak, S.H., R.N. Taroreh., dan Y. Uhing. 2019. Faktor-Faktor Loyalitas Pegawai Di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 671–680.
- Sudana, I.W. 2019. Seni Karawo Gorontalo: Bentuk Estetik dan Konsep Pengembangan. *Disertasi*. Program Pasca Sarjana Institut Seni Indonesia Surakarta. Surakarta
- Sudana, I.W. dan I. Mohamad. 2021. Konsep Pengembangan Seni Kerajinan Eceng Gondok Gorontalo. *Jurnal Panggung*, 2(31): 94-110.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. AIFABETA: Bandung.
- Suryana, D. 2011. *Pendidikan Anak Usia Dini Berbasis Psikologi Perkembangan Anak*. Makalah Seminar. Desember. Halaman 1-23. Padang
- Sutalaksana, T.A. 1979. *Teknik Tata Cara Kerja. Edisi Pertama*. Teknik Industri. ITB Bandung.
- Syah, T.Y.R. 2013. Perbedaan Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Bisnis. *Jurnal Ekonomi*, 2 (4): 209-226.
- Tjiptono, F. 2000. *Strategi Pemasaran*. Andi: Yogyakarta.

- Van, R. dan C. Fombrun. 2007. *Essentials Of Corporate Communications*. Routledge: New York.
- Wanto, A.H. 2017. Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 2(1): 39–43.
- Wijaya, V.S. dan Y. Wismantoro. Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah Asuransi Jiwasraya Cabang Kudus. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 2(2): 101-113.
- Weiss, A.M., E. Anderson and D.J. MacInnis. 1999. Reputation Management As A Motivation For Sales Structure Decisions. *Jurnal Of Marketing*, 63, p74-89.
- Yohanda, R. 2020. Metode Studi Kasus: Upaya-Upaya Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Sma Negeri 14 Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, 19(1), 113-130.

DAFTAR WEBSITE

- Arifuddin, A. 2019. Karawo Mahale (Sebuah Refleksi Tahun Baru dari Rumah Karawo). <http://gopos.id/karawo-mahale/>, 14 April 2021 (20:33).
- Detiknews. 2014. Jokowi Sumringah Ketika Diberi Baju Karawo Khas Gorontalo. <https://news.detik.com/berita/d-2769401/jokowi-sumbringah-ketika-diberi-baju-karawo-khas-gorontalo>, 14 Juni 2021 (19:39).
- Infopublik.id. 2019. Rumah Karawo Gorontalo. <http://infopublik.id/galeri/foto/detail/89787>, 19 juni 2021 (18:23).
- Irawan, I. 2010. Definisi Sistem Kerja. <http://iwanirawanumc2009.blogspot.co.id>, 18 agustus 2021 (08:17)
- Lahinta tt. About Rumah Karawo. <http://rumahkarawo.com/about-rumah-Karawo/>, 11 Maret 2021.
- Supriyatna, Iwan. 2017. Kain Khas Gorontalo Dipamerkan di New York Fashion Week 2017. <http://kompas.com>, 14 Juni 2021 (20:19).
- Nusantara Berdaya. 2021. Salvador Dali, Koral Terbesar Di Indonesia, Bentuknya Mirip Karya Pelukis Spanyol. <https://www.nusantaraberdaya.com/2021/06/salvador-dali-koral-terbesar-di.html?m=1>, 30 Oktober 2021 (20:11).