

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dalam bab sebelumnya, kami membahas rencana kelompok Ina Glekat untuk mendirikan perusahaan tenun ikat di Desa Watoone, kabupaten Flores Timur. Kelompok ini menggunakan strategi Marketing Mix, yang juga disebut sebagai 4P (Product, Price, Promotion, and Placement), untuk mengembangkan produk kerajinan kain tenun ikat di Desa Watoone.

Produk ini adalah kain tenun ikat yang ada di kelompok Ina Glekat dan memiliki indikator kualitas, motif, bahan dasar, dan jenis kain. Sebagian besar tenun dibuat dengan pewarnaan alami dari benang yang dibeli di toko. Kain nowing, kewatek, dan senae memiliki motif garis ujung bawah dan atas dari campuran warna benang, dan nowing memiliki motif bunga. Pewarna alam yang dibuat dari benang yang dibeli di toko akan kuat dan tahan lama. Selain itu, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan harganya yang terjangkau. Harga kain tenun ikat dipengaruhi oleh jenis kain, kata pengrajin tenun kelompok Ina Glekat.

Proses penjualan produk sangat dipengaruhi oleh lokasi dan saluran. Kelompok Ina Glekat menjual kain tenun buatannya di rumah tenunnya di lokasi yang mudah dijangkau, ramai, dan aman. Produknya sangat laku dijual. Promosi juga sangat penting dalam penjualan kain tenun. Mengingat fakta bahwa sebagian besar pemilik usaha tidak hanya menjual produk mereka melalui mulut ke mulut, promosi yang dilakukan oleh kelompok Ina Glekat termasuk posting di media sosial HP dan dari mulut ke mulut. Selain itu, melalui situs media sosial berbasis ponsel seperti Facebook (FB) dan WhatsApp (WA).

6.2 Saran

Berdasarkan diskusi dan penelitian saya tentang kelompok tenun Ina Glekat, saran saya adalah bahwa kelompok tenun Ina Glekat harus menggunakan strategi mix marketing dan selalu memprioritaskan kualitas kain tenun dalam penjualan. Untuk menjaga pelanggan tidak bosan, motif dan jenis benang yang dijual harus disesuaikan dengan tren saat ini.

Harga juga harus dinaikan untuk lebih menguntungkan dan tempat penjualannya perlu dipikirkan untuk pindah ketempat yang lebih strategis, berada dipusat keramaian ataupun pasar dan untuk tempat kerjanya masih cocok ditempat yang lama, karena sudah banyak orang yang tau. Untuk proses promosi harus lebih ditingkatkan atau harus lebih aktif mempromosikan produknya baik lewat media social (facebook, instagram dan whatsApp), majalah dan periklanan.