BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dilapangan peneliti menyimpulkan bahwa metode pemasaran yang selama ini dilakukanpara pengrajin gerabah didesa Penujak Kecamatan Praya Barat yaitu dengan cara *make to order,*yaitukalau ada pesanan produk, maka produk akan diproduksi sesuai dengan yang dipesan. Pesenan biasanya dilakukan dalam jumlah besar oleh konsumen, baik dari konsumen lokal maupun internasional. Jadi para pengrajin gerabah desa Penujak nerima pesanan produk dari pembeli atau konsumen.konsumenmemesan produk gerabah secara langsung maupun lewat *reseller*. Bahkan sebagian dari pengrajin gerabah membuat *showroom* kecil-kecilan disamping rumah para pengrajin gerabah.*Showroom* ini bertujuan untuk memamerkan karya mereka dan untuk menarik minat konsumen, serta ada juga pengrajin gerabah menjual produknya dengan cara berkeliling atau *door too door*.

Sedangkan untuk bauran pemasaran selama ini dipakai oleh pengrajin gerabah didesa Penujak Kecamatan Praya Barat1)Gerabah yang dihasilkanyaitu semacam Vas bunga, tempat lilin, tempat buah-buahan, tempat lampu, kendi, patung binatang, alat-alat dapur, mainan anak, celengan, hiasan dinding berbentuk binatang, dll.Macem-macem produk ini dibedakan lagi sesuai ukuran dan bentuk. 2) Harga penjual suatu produkdidasarkan dengantingkat keumitan dan ukuran suatu produk, semakin tinggi tingkat

kerumitan produk tersebut akan berbanding lurus dengan harga yang harus dikeluarkan oleh pembeli. 3) Sistem distribusi penyaluran produk gerabah dilakukan pengrajin desa Penujak Kecamatan Praya Barat, yaitu melalui pengepul, *reseller,* ada juga pengambilan dalam jumlah banyak oleh para konsumen yang datang langsung ke tempat produksi gerabah. 4) Promosi yang dilakukan para pengrajin gerabah desa Penujak dengan cara lewat *reseller,* bahkan ada juga pengrajin gerabah desa Penujak melakukan promosi lewat online.

Berdasarkan dari hasil penelitian dilapangan, guna dalam meningkatkan kesejahteraan yang harus dilakukan oleh para pengrajin gerabah dan pemerintah desa didesa Penujak Kecamatan Praya Barat yaitu dengan menciptakan kerajasama dan kemitraan strategi, melakukan kerja sama dengan pihak-pihak seperti kementrian, bupati, dinas pariwisa Lombok tengah maupun provinsi untuk membangkitkan dan bersinergi. Serta selaku para pengrajin gerabah melakukan kerjasama dengan para pengepul daya menyatukan pendapatan mengenai produk gerabah.

5.2 Saran

1) Untuk para perajin gerabah di Desa Penujak tetaplah berusaha, belajar dalammembuat berbagai macam kerajinan gerabah dengan motif-motif yang baru, dapat menarik hati konsumen. Hal ini para pengrajin gerabah dapat membantu meningkatkan kesejahteraan perekonomiannya.
2) untuk para mitra pengrajin gerabah Desa Penujak seperti halnya pengepul, *reseller*, dan pedagang pengecer keliling diharapkan mampu untuk dapat

bekerja sama daya meningkatkan pendapatan serta perekonomian pengrajin gerabah dengan membeli produk sesuai harga. Serta lebih meningkatkan lagi *skill* dalam hal promosi produk gerabah itu sendiri.

3) untuk tokoh masyarakat dan tokoh pemerintah Desa Penujak diharapkan mampu terus-menerus memberikan solusi kepada para pengrajin gerabah untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan pengrajin gerabah, khususnya dalam hal memasarkanproduk melalui pengadaan *art shop* atau *showroom* khusus bagi produk pengrajin gerabah, ataupun melalui pelatihan terhadap pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk.

DAFTAR PUSTAKA

Alwi, Hasan. 2005.*Kamus Besar Bahasa Indonesia.*Jakarta: Balai Pustaka.

Astuti, Ambar. 1977. *Pengetahuan Keramik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Basu Swastha Dharmmesta& Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yoyakarta: Liberty.

Boyd, Walker. Dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran (Suatu Pendekatan, Strategis dan Orientasi Global*). Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Dalam edisi XVII, Yogyakarta: STST, 2001.

Dominick Salvatone, 2009. *Teori Mikroekonomi*, Jakarta : Erlangga.

Drs. Lincoln Arsyad, Msc. 1999. *Ekonomi Mikro*, Jakarta: Gemapress.

Dumairy.1997. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga

Fandy Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogayakarta: Andy Offset.

Hasibuan, Nurimansyah. 2000. *Ekonomi Industri, Persaingan, Monopoli, dan Regulasi.* LP3ES. Jakarta.

Irsan Azhary. 1986. *Industri Kecil Sebuah Tinjauan dan Perbandingan*. Jakarta:LP3S

Jemsly Hutabarat dan Martani Huseini. 2018. *Strategi: Terpadu Komprehensif /Simultan*, Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing.

Kotler, Philip dan A. B. Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta:Salemba Empat.

Kusnadi.2001. *Peran Seni Kerajinan* (*Tradisional dsn Baru) Dalam Pembangunan*, dalam edisi XVII, Yogyakarta: STST.

Lexy Moleong. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

McKinnon, E. Edward. 1996. *Buku Panduan Keramik*. Jakarta: Pusat Penelitian Arkeologi Nasional.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulia, T.S.G. dan Hidding, K.A.H., 1980. *Ensiklopedia Indonesia*.Bandung; Van Hoeves Gravenhage.

Munro, Thomas. 1969. *The Art and Their Interrelations. Cleveland and London: The Press of Case Western Reserve University*.

Oka, I.B. 1975. *Keramik Tradisional Bali*. Denpasar: Sasana Budaya.

Soedarso, Sp. 2006. *Trilogi Seni: Penciptaan, Estetika, dan Kegunaan Seni***.**Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta.

Soegondho, Santoso. 1995. *Tradisi Gerabah di Indonesia: Dari Masa Prasejarah Hingga Masa Kini*. Jakarta: Himpunan Keramik Indonesia.

Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D,* Bandung Alfabeta.

Suharsimi Arikunto. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sumber :https://www.kompasiana.com/icai/54ff1feda333112e4550f95f/indikator-kesejahteraan. Diunggah 10/02/2022. 09:19

Sumber: Data Dari Profil Kantor Desa Penujak Kecamatan Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah

Sumber:http://id.lombokindonesia.org/gerabahdesapenujaklombok/Diunggah pada Tanggal 24 Desember 2021 08:32

Sumber:https://www.kaskus.co.id/show_post/57aedbc49e7404ba4f8b4569/12/Tengah/24 Desember 2021 05:29

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: ANDI

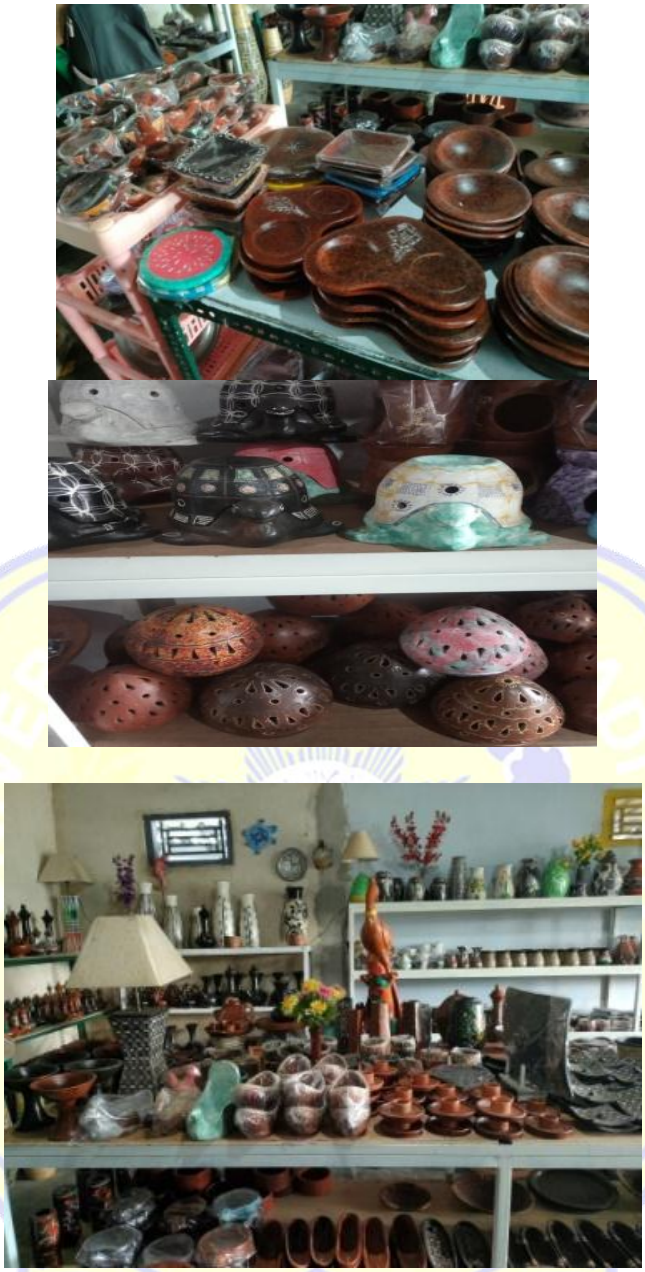
Tuti Sundari, 2007. "Analisis Strategi Pemasaran Sentral Industri Gerabah Paska Gempa Bumi Di Kecamatan Pundong Bantul Tahun 2006". Skripsi. Surakarta. Universitas Sebelas Maret.

Yudosaputro, W. 1983.*Seni Kerajinan Indonesia*. Jakarta: Departemen P dan K.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Gambar 1: Industri Kerajinan Gerabah

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 2: Industri Kerajinan Gerabah

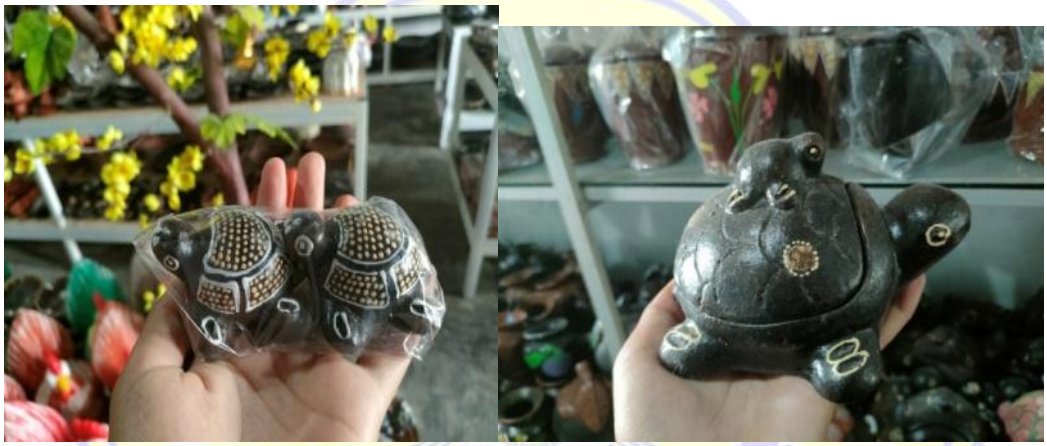
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3 :Industri Kerajinan Gerabah Celengan Berbentuk Binatang

Sumber :Okumentasi Prinadi

Gambar 3 :Industri Kerajinan Gerabah

Sumber :Dokumentasi Pribadi



Gambar 4 : Industri Kerajinan Gerabahhiasan dinding berbentuk Binatang

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 5: Industri Kerajinan Gerabah Proses Penjemuran

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 6: Proses Pembuatan Gerabah

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 7 : Melakukan Wawancara Dengan Inaq Arman Selaku PengrajinGerabah dan Pengepul Gerabah Desa Penujak

Sumber :Dokumentasi Pribadi

Gambar 8: Melakukan Observasi Didesa Penujak

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 9: Melakukan Wawancara Dengan Staff Desa Penujak

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 10: Penyerahan Proposal Kepada Pihak Pemereintah Desa Penujak

Sumber: Dokumentasi Pribadi