BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya bisa ditarik kesimpulan:

1. Strategi pemasaran yang digunakan oleh Batik Lesoeng adalah disamping memaksimalkan kualitas produk, seperti, ciri khas atau keunggulan Batik Lesoeng menggunakan penggabungan teknik tulis dengan menggunakan canting, serta teknik lukis dengan menggunakan kuas dengan ciri khas isian motif berupa kawung, parang dan ukel serta menggunakan warna-warna cerah seperti merah, kuning, dan hijau yang terinspirasi dari warna burung merak, ada juga warna-warna lain seperti warna ungu, orange, merah muda, hitam, cokelat dan lain-lain dan senantiasa memperbarui/ mengupdate selera pembeli dengan ATM (amati, tiru dan modifikasi), juga menggunakan jasa influencer, terutama arena pameran baik nasional maupun internasional.
2. Diantara lima faktor strategi pemasaran (*Product, Price, Promotion, Place*, dan *People*) yang paling doniman/ signifikan/ besar kontribusinya: Pertama, lebih pada faktor produk, yang mempunyai ciri khas, baik dalam konteks Indonesia dan bahwa di Ponorogo. Kedua, faktor promosi, terutama memanfaatkan arena pameran baik nasional maupun internasional. Ketiga, pada faktor tempat (*place*). Dimana tidak hanya melibatkan pasar lokal, tetapi kota-kota besar di Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan:

1. Kepada peneliti, terutama yang punya perhatian pada strategi pemasaran yang merupakan pengembangan dari manajemen pemasaran untuk perlu dilihat lebih jauh faktor *digital marketing*, secara para praktik banyak digunakan dalam *fenonema goofood*.
2. Kepada owner/ pihak manajemen Batik Lesoeng, apa yang sudah ada itu sudah merupakan model suatu usaha yang bisa mempertahankan strategi pemasaran yang telah teruji dengan berbagai kondisi. Tidak semata-mata kepentingan bisnis, tetapi juga punya misi besar lain yang menjaga (jawa: nguri-uri) budaya leluhur dalam seni batik. Juga perlu dipertimbangkan memaksimalkan media online dengan mengakomodir tenaga Teknik informatika (TI) yang begitu semakin berkembang, sehingga berbagai kendala bisa diatasi.
3. Kepada pembeli/ konsumen, ada pelajaran penting dari hasil penelitian ini agar tidak terlalu silau dengan gebyar warna atau seni (dalam konteks batik printing), yang merupakan konsekuensi dari kemajuan teknik informatika (TI) dalam dunia batik. Perlu memperhatikan aspek lain, misalnya menjaga kekayaan budaya leluhur, yaitu batik tulis yang masih menjadi ciri khas dari Batik Lesoeng yang merupakan cerminan kekayaan budaya local yang harus dijaga.

5.3 Keterbatasan

Sekalipun penelitian ini berhasil pada suatu kesimpulan dan berusaha maksimal dalam pengumpulan dan pengelohan data, tentunya masih banyak berbagai keterbatasan:

1. Dari penulis terus terang kurang menguasai masalah metode penelitian kuantitatif, sehingga ada beberapa hal, terutama yang terkait dengan persepsi konsumen yang dibaca dibaca dengan baik dalam penelitian metode kuantatitatif.
2. Penguasaan penulis terhadap teori, karena sangat beragam dan dari berbagai madzab, maka tidak mudah bagi penulis memahami secara mendalam. Sehingga ada sedikit kelemahan ketika harus menghubungkan antara teori dengan berbagai temuan di lapangan.
3. Keterbatasan dalam pengumpulan data, terutama menghubingi nara sumber dan sekaligus sebagai owner perusahaan tersebut, maka dibutuhkan waktu yang tidak singkat.