

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan mengenai *Craftmanship* Sebagai Pilar Strategi Pengembangan Produk Pada Industri Kreatif Kulit Arli *Fashion craft*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Craftmanship* pada Arli *Fashion craft* berperan sebagai fondasi utama dalam startegi pengembangan produk, karena menjadi penghubung antara keterampilan tradisional, inovasi desain, dan kualitas produksi. Peran *craftmanship* tidak hanya membentuk identitas dan diferensiasi produk semata, tetapi berfungsi sebagai sebuah mekanisme yang memastikan mutu dan efisiensi pada setiap proses produksinya. Sehingga *craftmanship* pada Arli *Fashion craft* berfungsi sebagai pilar yang menopang keseluruhan system produksi dan pengembangan produk.
2. Optimalisasi *craftmanship* dipengaruhi oleh sinergi antara faktor internal yang meliputi kemampuan desain berbasis teknologi, pemanfaatan mesin produksi, serta peneglolaan sistem kerja yang adaptif. Serta faktor eksternal yang mencakup ketersediaan tenaga perajin terampil, kondisi lingkungan industri kerajinan, persepsi sosial terhadap sektor kerajinan, dinamika pasar, serta aspek ekonomi yang memengaruhi partisipasi tenaga kerja. Interaksi antara faktor internal dan eksternal menentukan keberlangsungan kualitas produksi sekaligus stabilitas usaha.
3. Strategi pengembangan produk dilakukan melalui pendekatan berbasis pasar tanpa meninggalkan nilai estetika dan karakter khas produk Arli *Fashion craft*. Hal ini diwujudkan melalui inovasi desain yang terintegrasi dengan identitas lokal, pemilihan material yang efisien namun berkualitas, pemanfaatan teknologi produksi untuk meningkatkan produktivitas, kolaborasi antara perajin dan desainer, serta trnasformasi melalui platform digital yang memungkinkan perusahaan

mempertahankan standar *craftmanship* sekaligus meningkatkan daya tarik pasar dan daya saing produk.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan Arli *Fashion craft* dapat terus mempertahankan nilai *craftmanship* sebagai sumber diferensiasi produk di tengah persaingan industri kreatif. Hal ini didasarkan pada nilai *craftmanship* yang terbentuk mencerminkan karakter, keunikan, serta nilai artistic produk yang menjadi keunggulan perusahaan. Oleh karena itu, konsistensi dalam menjaga standar kualitas, orisinalitas desain, serta integrasi antara keterampilan tradisional dan inovasi modern menjadi aspek penting agar diferensiasi tersebut tetap relevan.

Arli *Fashion craft* disarankan untuk mengembangkan langkah strategis yang berorientasi pada penguatan sistem *craftmanship* seperti:

- 1) Mempertahankan posisi *craftmanship* sebagai pilar utama dalam pengembangan produk dengan melakukan penguatan kontrol mutu serta pengelolaan proses produksi yang sistematis.
- 2) Mengembangkan desain produk yang inovatif dengan tetap mempertahankan ciri khas estetika dan identitas lokal sebagai nilai diferensiasi.
- 3) Menyusun program pengembangan kompetensi, seperti pelatihan teknik menjahit, workshop desain, maupun pembinaan kualitas kerja guna memudahkan proses regenerasi perajin.
- 4) Optimalisasi pemasaran digital dapat dilakukan melalui pengelolaan konten yang terencana, pemanfaatan analitik platform, kolaborasi dengan konten kreator serta penggunaan identitas merek secara konsisten.

2. Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan dapat memberikan dukungan berupa fasilitasi permodalan maupun penyediaan peralatan produksi. Peran pemerintah juga sangat penting dalam memperluas akses promosi dengan membantu dalam hal publikasi dan penguatan branding melalui berbagai kanal serta jejaring pemasaran. Selain itu, dukungan seperti pelatihan manajemen usaha, pendampingan sertifikasi, hingga pembukaan akses kemitraan dan pembiayaan diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk kerajinan kulit asal Cirebon sehingga keberlanjutan usaha dapat terjaga yang berimplikasi terhadap perekonomian daerah yang semakin meningkat.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kepada pembaca mengenai *Craftmanship* sebagai pilar strategi pengembangan produk pada industri kreatif kulit asli *fashion craft*. Peneliti selanjutnya disarankan dapat memperluas cakupan analisis pada aspek perilaku konsumen (*consumer behavior*) yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan pembelian, dan *psychological price* untuk memahami bagaimana struktur harga membentuk persepsi nilai dan memengaruhi minat beli, sehingga diperoleh strategi antara kemampuan internal usaha dan dinamika permintaan konsumen.