BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Permasalahan konsumen menjadi landasan dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar didapati permasalahan konsumen sebagai berikut:

1. **Pemilihan Vendor Fotografi:** Konsumen sering kali menghadapi kesulitan dalam memilih vendor yang sesuai dengan preferensi estetika dan karakter fotografi yang diinginkan.

2. **Minat dan Preferensi Fotografi:** Beragamnya preferensi gaya fotografi, seperti tone warna, gaya dokumentasi, dan suasana foto, menantang vendor untuk memenuhi kebutuhan individu.

3. **Kebutuhan dan Harapan:** Terdapat ketidaksesuaian antara harapan konsumen akan hasil akhir dan layanan yang diberikan oleh vendor. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan komunikasi dan kurangnya pemahaman akan kebutuhan pelanggan.

Oleh karena itu, diperlukan solusi yang tepat dan nilai tambah yang ditawarkan kepada konsumen untuk menjamin keberlangsungan proses bisnis. Merasa Wisuda dan Merasa Visual berusaha untuk memberikan solusi yang berfokus pada representasi karakter visual yang unik, hasil foto yang berkualitas, serta layanan yang ramah, dan mudah diakses oleh pelanggan. Kedua hal ini juga mengacu pada tujuan utama yang ingin dicapai oleh Merasa Wisuda dan Merasa Visual, yaitu memberikan pengalaman fotografi yang personal dan berkesan.

Dengan visi menjadi penyedia jasa fotografi terdepan dan paling bermanfaat di wilayah Yogyakarta, Magelang, Semarang, dan Solo, Merasa Wisuda dan Merasa Visual didukung oleh misi yang dirancang secara strategis untuk memenuhi kebutuhan dokumentasi momen-momen penting dalam hidup pelanggan. Dalam mewujudkan visi dan misi tersebut, perencanaan bisnis dilakukan dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) yang meliputi

riset pasar, analisis posisi perusahaan dibandingkan dengan kompetitor, dan pengembangan strategi pengelolaan bisnis. Proses analisis dan perencanaan ini diperkuat dengan metode SWOT Matrix untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di pasar fotografi, sehingga dapat memberikan landasan yang kokoh dalam merumuskan rencana pengembangan bisnis yang berkelanjutan dan berdaya saing.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dipaparkan, disarankan agar Merasa Wisuda dan Merasa Visual terus melakukan evaluasi terhadap preferensi konsumen yang terus berkembang, terutama mengenai karakter visual yang unik dan tren fotografi terkini. Melalui pendekatan ini, memungkinkan Merasa Wisuda dan Merasa Visual untuk terus berinovasi dalam menghasilkan konsep-konsep foto yang relevan dan diminati pasar. Selain itu, penting bagi Merasa Wisuda dan Merasa Visual untuk memperkuat strategi pemasaran digital melalui platform media sosial dengan konten yang lebih interaktif dan informatif untuk meningkatkan engagement dan memperluas jangkauan pasar di wilayah Yogyakarta, Magelang, Semarang, dan Solo.

Selain itu, Merasa Wisuda dan Merasa Visual disarankan untuk secara berkala melakukan analisis kompetitor dan evaluasi internal melalui metode SWOT Matrix untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin timbul seiring perkembangan industri fotografi. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, Merasa Wisuda dan Merasa Visual dapat lebih adaptif dalam menghadapi persaingan pasar. Selain itu, untuk mendukung keberlanjutan bisnis, perusahaan juga perlu memperhatikan aspek pengelolaan sumber daya manusia dengan memberikan pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kemampuan teknis tim fotografer. Melalui upaya-upaya strategis tersebut, diharapkan Merasa Wisuda dan Merasa Visual dapat mempertahankan posisinya sebagai penyedia jasa fotografi terdepan dan bermanfaat di pasar yang semakin kompetitif.