

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Peacetown.idn merupakan sebuah brand clothing lokal yang memiliki potensi besar untuk berkembang melalui pendekatan strategi bisnis yang terencana dan terstruktur. Permasalahan utama yang dihadapi oleh konsumen, seperti kualitas produk yang belum optimal, harga yang tidak sebanding dengan nilai, serta keterbatasan dalam mengekspresikan identitas pribadi melalui desain pakaian, telah berhasil diidentifikasi dan dianalisis secara mendalam. Peacetown.idn menghadirkan produk kaos dengan menggunakan bahan berkualitas, yakni cotton combed 24s yang dikenal memiliki karakteristik halus, adem, dan nyaman digunakan, serta menggunakan teknik sablon plastisol yang menghasilkan cetakan tahan lama dan berkualitas. Strategi ini didukung oleh penetapan harga yang kompetitif dan sebanding dengan nilai produk, sehingga mampu meningkatkan daya tarik konsumen. Selain itu, desain produk yang diciptakan memiliki nilai estetika yang mampu merepresentasikan gaya hidup para pecinta motor klasik, menjadikan produk tidak hanya sebagai pakaian, tetapi juga sebagai media ekspresi identitas dan gaya personal konsumen. Melalui pemanfaatan metode *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT, Peacetown.idn merumuskan strategi pengembangan jangka pendek dan jangka panjang yang realistik dan adaptif terhadap dinamika pasar. Strategi jangka pendek diarahkan pada peningkatan kualitas produk, optimalisasi pemasaran digital, dan perluasan jangkauan melalui platform e-commerce, sedangkan strategi jangka panjang mencakup diversifikasi produk, kolaborasi dengan komunitas motor klasik, serta pengembangan toko fisik di kota-kota potensial. Dengan mengedepankan originalitas desain, penggunaan bahan berkualitas seperti cotton combed 24s, serta pendekatan promosi yang tepat sasaran, Peacetown.idn mampu membangun identitas merek yang kuat dan berkelanjutan di tengah persaingan industri fashion lokal. Skripsi ini diharapkan dapat menjadi acuan strategis dalam pengembangan bisnis serupa dan memberikan kontribusi bagi penguatan brand lokal di Indonesia.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil laporan yang telah dipaparkan, disarankan agar Peacetown.idn terus melakukan penyesuaian desain dengan trend mode terkini, peacetown.idn harus lebih aktif dalam melakukan riset mode. Berkolaborasi dengan selebgram guna meningkatkan penjualan. Selain itu meningkatkan kualitas juga layanan dan kepuasan pelanggan juga penting untuk perkembangan peacetown.idn kedepanya.

Selain itu strategi pemasaran digital perlu ditingkatkan yang lebih inovatif untuk meningkatkan brand awareness dan menjangkau pasar yang lebih luas, itu dapat menjadi strategi yang efektif untuk menghadirkan koleksi yang relevan. Pemanfaatan media sosial menjadi salah satu strategi pemasaran digital yang perlu dioptimalkan, berkolaborasi juga dengan brand-brand lain yang satu linier juga menjadi langkah yang efektif dalam meningkatkan daya tarik produk.

