

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian dalam Strategi Pengembangan Bisnis Wearlos.project dengan melalui pendekatan metode Analisis SWOT dan BMC (*Business Model Canvas*) dapat disimpulkan bahwa, Wearlos.project melakukan analisa permasalahan konsumen guna untuk mengetahui preferensi pasar terhadap ketertarikan pada produk Wearlos.project.

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi empat permasalahan utama yang dialami konsumen dalam pembelian kaos, yaitu (1) Konsumen kesulitan untuk menemukan ukuran kaos yang sesuai dengan postur tubuh, (2) Konsumen mengalami masalah dalam packaging dan proses pengiriman, (3) Kurangnya informasi tentang produk sehingga menjadikan timbulnya ekspektasi pada produk yang tidak sesuai dengan keinginan, (4) Ketidaksesuaian antara deskripsi yang dicantumkan dengan produk yang diberikan.

Wearlos.project mengusung strategi untuk meningkatkan kualitas dan konsep desain yang sesuai dengan minat dan kebutuhan segmentasi pasar, pengembangan layanan dalam proses pemesanan oleh konsumen juga ditingkatkan untuk mendapatkan kepuasan oleh konsumen, serta meningkatkan branding Wearlos.project untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dikeluarkan.

Secara umum tantangan dari Wearlos.project terletak pada inovasi desain dan tetap menjaga kualitas produk yang diberikan, serta menciptakan penilaian yang setara terhadap harga yang diberikan. Wearlos.project juga berperan aktif dalam membangun bisnis guna mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kreativitas lokal.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Bisnis

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh Wearlos.project sebagai strategi dalam upaya pengembangan bisnis Wearlos.project agar terus untuk tumbuh berkembang dan berkelanjutan dalam memberikan pelayanan dan produk agar bisa bersaing dipasaran, beberapa hal yang perlu untuk segera dilakukan dalam perbaikan dan peningkatan kualitas bisnis diantaranya adalah :

1. Implementasi Strategi pemasaran digital.

- Peningkatan penjualan dan pemasaran dengan cara pemasaran melalui media sosial, marketplace, dan promosi online agar volume penjualan meningkat dan jangkauan konsumen lebih luas
- Meningkatkan strategi pemasaran Wearlos.project agar menambah kualitas branding bisnis melalui media sosial ataupun dari komunitas.
- Menjalin kerjasama ataupun bermitra dengan desainer ilustrasi lainnya agar memperoleh inovasi produk yang lebih beragam dan mendapatkan jangkauan pasar yang lebih luas.
- Bekerja sama dengan konveksi agar dapat menjaga efisiensi harga dan sumber daya.
- Meningkatkan standarisasi kualitas dengan menjaga SOP pada produk maupun pelayanan dengan melakukan quality control guna menjaga konsistensi produk agar berkualitas dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

2. Pengembangan Produk Wearlos.project

- Membuat artikel baru/desain baru setiap adanya event-event seperti hari kemerdekaan, hari pahlawan, hari guru, dan hari-hari besar lainnya.
- Mendaftarkan dan mempertimbangkan pendaftaran Hak Cipta dan Merek untuk melindungi desain Wearlos.project agar tidak disalah gunakan oleh pihak lain.

- Membuat merchandise Wearlos.project berupa gantungan kunci, topi, tote bag, mug, tumbler, dan sebagainya.

