

BAB V PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dalam proses penyelesaian pada permasalahan konsumen Sekar Art.co yang diperoleh melalui riset eksternal maupun internal menghasilkan solusi dan memberi nilai lebih dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*, analisis matriks SWOT, dan berbagai strategi dengan aspek pemasaran, operasional, Sumber Daya Manusia, dan keuangan untuk keberlanjutan dan pengembangan bisnis Sekar Art.co.

Harapan penulis untuk bisnis Sekar Art.co kedepannya bisa memajukan bidang *Fashion* dan *Accessories* dengan memperkenalkan karya yang berbau seni kepada masyarakat khususnya anak muda. Memperkenalkan seni kriya melalui produk aksesoris adalah ide kreatif untuk menyebarkan apresiasi terhadap seni sekaligus menghasilkan produk yang fungsional, *handmade*, unik, dan ramah lingkungan menjadikan nilai lebih dibanding aksesoris biasa. Dengan menerapkan strategi yang tepat dan bijak tidak hanya mempromosikan produk, tetapi juga meningkatkan minat masyarakat terhadap produk-produk yang memiliki nilai seni.

4.2 Saran

Berdasarkan temuan yang telah diuraikan dari permasalahan konsumen Sekar Art.co dapat dilakukan beberapa upaya agar Sekar Art.co bisa terus berkembang yang dapat disimpulkan yaitu :

1. Penguatan inovasi produk secara konsisten melakukan inovasi produk yang tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga menciptakan tren baru dan memfokuskan pada pengembangan koleksi edisi terbatas dan layanan

kustomisasi yang lebih terstruktur untuk menjaga daya tarik dan citra eksklusif produk di tengah ketatnya persaingan.

2. Optimalisasi pemasaran digital berbasis konten dengan meningkatkan kualitas dan frekuensi konten visual di media sosial. Memanfaatkan platform seperti Instagram dan TikTok untuk menampilkan proses pembuatan (*behind the scenes*) dan tutorial *mix and match*. Hal ini bertujuan untuk membangun koneksi emosional dengan konsumen dan meningkatkan *brand awareness*.
3. Pengelolaan pada musim sepi (*Low Season*) yaitu dengan menerapkan strategi paket *bundling* dan program loyalitas yang ditargetkan secara khusus selama *low season*. Menggunakan periode ini untuk meluncurkan produk yang lebih bersifat fungsional atau personal, bukan hanya produk *fashion semata*.

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya untuk bisnis Sekar Art.co yaitu :

1. Fokus pada konsumen dan tren, menganalisis preferensi dan perilaku pembelian Generasi Z dan Alpha, Bagaimana tren media sosial (TikTok, Instagram Reels) memengaruhi keputusan pembelian aksesoris pada segmen usia ini?
2. Fokus pada produk dan desain, dengan mengeksplorasi penerimaan pasar terhadap aksesoris yang memiliki fungsi teknologi ringan (misalnya, cincin/gelang yang terintegrasi dengan pembayaran digital atau aksesoris kesehatan).
3. Fokus pada pemasaran dan distribusi, menganalisis elastisitas harga permintaan untuk berbagai titik harga aksesoris dan cara membangun citra merek premium untuk aksesoris tanpa harus menjual dengan harga sangat tinggi