

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Butterfly Store memiliki potensi yang cukup baik untuk berkembang dalam industri *fashion* lokal, khususnya pada segmen anak muda yang memiliki minat tinggi terhadap produk kaos kasual. Hal ini didukung oleh kualitas bahan yang baik, pelayanan yang responsif, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran utama. Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki, seperti kurangnya variasi desain produk, proses produksi yang relatif lama karena sistem *pre-order*, serta branding yang belum optimal sehingga tingkat *brand awareness* masih tergolong rendah. Melalui analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC), diketahui bahwa Butterfly Store memiliki peluang yang besar untuk berkembang seiring meningkatnya tren penggunaan produk lokal dan kemajuan teknologi digital dalam pemasaran, meskipun dihadapkan pada ancaman berupa persaingan yang ketat dengan brand lain yang lebih variatif dan memiliki sistem produksi yang lebih efisien. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang lebih terarah, seperti peningkatan inovasi produk, efisiensi operasional, serta penguatan strategi branding dan pemasaran digital, agar Butterfly Store mampu meningkatkan daya saing dan mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan di masa yang akan datang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1.) Peningkatan Variasi Produk

Butterfly Store disarankan untuk menambah variasi desain dan kategori produk seperti hoodie, jaket, atau aksesoris agar dapat menarik minat konsumen dan mengurangi kejenuhan.

2.) Optimalisasi Branding

Perlu dilakukan penguatan branding melalui konten kreatif, storytelling brand, serta konsistensi visual di media sosial agar brand lebih dikenal luas.

3.) Efisiensi Proses Produksi

Untuk mengatasi keluhan pre-order yang lama, disarankan meningkatkan efisiensi produksi, misalnya dengan menambah tenaga kerja atau memperbaiki manajemen waktu produksi.

4.) Peningkatan Kualitas Produk

Perlu menjaga dan meningkatkan kualitas bahan serta sablon dengan bekerja sama dengan vendor yang lebih profesional serta melakukan quality control yang ketat.

5.) Pemanfaatan Media Sosial Secara Maksimal

Strategi pemasaran digital seperti live selling, konten video, dan interaksi aktif dengan konsumen perlu terus ditingkatkan untuk meningkatkan engagement dan penjualan.

6.) Riset Pasar Secara Berkala

Disarankan melakukan riset tren fashion dan preferensi konsumen secara rutin agar produk yang ditawarkan tetap relevan dengan kebutuhan pasar.

7.) Pengembangan Strategi Jangka Panjang

Butterfly Store perlu menyusun strategi pengembangan jangka panjang yang berfokus pada ekspansi pasar dan peningkatan daya saing brand di tingkat nasional.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah diharapkan dapat mengkaji lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk fashion berbasis online, seperti pengaruh harga, kualitas produk, dan strategi promosi digital. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode yang lebih beragam, seperti pendekatan kuantitatif atau mixed methods, agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif. Penelitian berikutnya juga disarankan untuk memperluas objek penelitian pada brand lain atau skala usaha yang lebih besar sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan dan digeneralisasikan secara lebih luas.