

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan dalam penelitian ini, maka hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Aspek Non Finansial

a. Aspek Pasar

Berdasarkan hasil analisis aspek pasar Justapparel menunjukkan bahwa pada bagian permintaan pasar cukup baik untuk usaha dalam satu tahun masa beroperasi. Namun untuk penjualan kedepannya dapat ditingkatkan sesuai dengan kapasitas produksi perharinya. Pangsa pasar Justapparel pun jelas menyasar kepada kalangan 8 sampai dengan 40 tahun keatas pada prioritas pengguna media sosial. Harga yang ditawarkan terjangkau sesuai dengan harga pokok produksi dan sebanding dengan kualitas produk yang dijual. Sebagian besar promosi Justapparel dilakukan pada media sosial dan turut serta dalam *event clothing* di tiap tahunnya. Secara keseluruhan aspek pasar dapat dinilai layak untuk dijalankan.

b. Aspek Teknis

Penilaian dari proses produksi yang sesuai dengan standar dalam pembuatan *t-shirt* dengan sablon. Dan lokasi produksi yang sejalan dengan konsep *home industry* berada dalam satu tempat yang strategis untuk berbagai macam proses produksi hingga pengelolaan usaha. Sarana dan fasilitas yang tersedia juga menunjang proses produksi. Konsep penjualan yang dijalani Justapparel saat ini yakni *make to order*, dimana setiap pemesanan yang masuk akan disesuaikan saat akan diproses untuk diproduksi hingga *packaging*. Konsep ini dinilai cukup menguntungkan untuk *home industry* seperti Justapparel karena dapat menekan biaya penyimpanan produk jadi yang berlebih. Secara keseluruhan aspek teknis dapat dinilai layak untuk dilaksanakan.

c. Aspek Manajemen dan Hukum

Justapparel sampai saat ini belum melakukan perizinan Hak Cipta dan Logo Usaha secara resmi. Namun jika dilihat dari bentuk usaha, Justapparel tergolong layak untuk dijalankan dengan bentuk usaha perseorangan atau UMKM dimana Justapparel masih dalam masa perintisan dan pembangunan usaha rumahan yang sejalan dengan konsep *home industry*. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan hanya aspek hukum usaha Justapparel dinilai belum layak.

2. Aspek Finansial

Berdasarkan data yang telah diolah, pada kriteria penilaian investasi Justapparel untuk NPV (*Net Present Value*) memiliki nilai Rp. 13.946.714 yang mana nilai dapat diterima dan dinyatakan menguntungkan serta usaha dapat dilanjutkan atau dalam kata lain nilai tidak negatif atau sama dengan nol. Kemudian untuk nilai IRR (*Internal Rate of Return*) Justapparel memiliki nilai 321,75% yang lebih besar dari nilai diskonto yang telah ditentukan dan dapat dikatakan layak. Untuk nilai *payback period*, penilaian investasi Justapparel memiliki penilaian waktu pengembalian modal selama 1 tahun 7 bulan dalam masa operasionalnya dan untuk nilai PI Justapparel memiliki hasil 1.12 yang mana sesuai ketentuan dapat dinilai layak atau menguntungkan bila nilai  $PI > 1$ . Secara keseluruhan untuk aspek finansial Justapparel dinilai layak untuk dijalankan.

3. Untuk hasil analisis SWOT untuk strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk meningkatkan oleh Justapparel yaitu:

- a. Strategi SO (*Strength Opportunity*) Pembuatan ide desain sablon baru dengan melakukan riset ketertarikan konsumen di waktu sekarang. Membuat konten promosi dengan berkerjasama dengan *influencer*. Melakukan iklan digital atau pemasaran melalui media GoogleAds, InstagramAds dan macam-macam media iklan digital lainnya. Strategi WO (*Weakness Opportunity*) menjangkau konsumen baru melalui *event-event* komunitas *fashion* yang ada. Justapparel dapat mengikuti *event-event clothing* atau pameran *fashion* seperti: JakCloth, Kickfest, Wall of Fades. Pengelolaan media sosial *official* Justapparel dengan baik dan konsisten. Penerapan fungsi konten promosi yang konsisten di

setiap waktu dan di segala lini media sosial yang optimal. Kreatifitas *copywriting* yang baik untuk meningkatkan jumlah kunjungan, membuat komunitas, memberikan informasi, menarik minat membeli, dan mengarahkan pembaca agar mau membeli produk yang ditawarkan.

- b. Strategi ST (*Strenght Threat*) menekan pesaing dalam penetapan harga produk yang berada diantara harga premium *brand* pesaing dengan harga *brand* sejenis. Melakukan *giveaway* untuk konsumen baru dengan cara membagikan hadiah atau dengan syarat tertentu. Memberikan informasi pembeda pada produk Justapparel dengan produk pesaing. Strategi WT (*Weakness Threat*) membuat jenis produk baru dapat menjadi pilihan variasi dalam penentuan kebutuhan konsumen dalam membeli produk. Memberikan penawaran menarik dari konteks harga produk hingga produk tambahan dalam pembelian seperti harga promo di momen-momen hari perayaan tertentu. Melakukan kerja sama dengan akun-akun komunitas penjualan *brand* lokal.

4. Untuk hasil analisis QSPM untuk keputusan strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk meningkatkan oleh Justapparel yaitu:

Strategi pengembangan pasar dan pemasaran dengan dengan konsistensi konten promosi produk di laman informasi Instagram. Lalu dengan iklan digital. Pembuatan ide desain sablon baru dengan melakukan riset ketertarikan konsumen di waktu sekarang. Selanjutnya dengan kreatifitas dalam konten promosi dengan *copywriting* baik. Melakukan konten promosi dengan berkerja sama dengan *influencer* atau *endorsement*. Kemudian membuat jenis produk baru. Mengikuti *event-event clothing* atau pameran *fashion*. Selanjutnya memberikan penawaran menarik seperti *cashback*, voucher pembelian selanjutnya, dan kode promo. Melakukan *giveaway* untuk konsumen baru. menetapkan harga produk yang berada diantara harga premium *brand* pesaing dengan harga *brand* sejenis. Kemudian memberikan informasi yang menjadi pembeda tentang produk Justapparel keunggulan hingga pesan daya tarik untuk produk yang ingin dipasarkan. Yang terakhir melakukan kerja sama dengan akun-akun komunitas penjualan *brand* lokal.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari peneliti yang telah selesai, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat dan berguna untuk pengembangan *clothing online* Justapparel kedepannya. Berikut beberapa saran:

1. Justapparel diharapkan agar dapat terus konsisten dan kreatif dalam desain sablon produk yang akan dipasarkan bilamana diperlukan dapat memperkerjakan designer konsep sablon yang lebih diminati saat ini. Konsistensi konten produk pada laman media sosial resmi penjualannya yang sesuai dengan konsep pemasaran yang dijalani yakni menysasar pada pengguna media sosial aktif. Melakukan kerja sama dengan *influencer* guna mendapat *audiens* konsumen baru kedepannya.
2. Justapparel diharapkan dapat mengembangkan usaha dengan membuka *store offline* sendiri dan dapat memperkerjakan beberapa sektor produksi yang dapat membantu meningkatkan kapasitas produksi.
3. Justapparel diharapkan dapat bermitra dengan komunitas-komunitas brand nasional dan dapat mengikuti *event-event clothing* yang sering dilaksanakan tiap tahunnya seperti JackCloth dan KickFest. Memanfaatkan peluang secara maksimal dengan memberi penawaran menarik atau *giveaway* di momen-momen tertentu. Serta melakukan iklan digital diberbagai macam *platform* yang ada