

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Proyek ini membahas mengenai inovasi produk dan pemasaran dari karajoelok.com yang merupakan platform wirausaha sosial dari penyandang disabilitas maupun kolega yang ada. Proyek ini menggunakan data yang didapatkan dari hasil wawancara secara *online* ataupun *offline*, dengan jumlah narasumber sebanyak 10 orang yang berpotensi sebagai calon konsumen dari karajoelok.com. Metode yang dipakai dalam proyek ini adalah metode uji respon pada rencana inovasi produk dan pemasaran dari bisnis karajoelok.com.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Rencana inovasi produk dan pemasaran karajoelok.com mendapatkan sambutan yang positif dari calon konsumen yang menjadi narasumber. Namun tentunya masih mempunyai kekurangan tersendiri yang perlu dibenahi dari produk, website, maupun teknik pemasaran yang digunakan.

2. Melalui inovasi produk dan pemasaran yang akan dilakukan kedepannya serta kerjasama maupun dukungan dari berbagai macam entitas, karajoelok.com diyakini dapat terus bertumbuh dan berkembang di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat, Indonesia.

3. Produk yang direkomendasikan untuk terus dikembangkan dan diinovasikan yakni produk hasil rajutan dan juga cemilan.

4. Website masih belum terorganisir dengan baik dan diperlukan pembenahan dalam tata letak, visual, fitur, maupun konten dari website itu sendiri.

5. Media sosial instagram dinilai masih efektif dan efisien dalam memasarkan produk, namun tentunya diperlukan strategi tersendiri guna menarik minat beli dari konsumen.

6. Aspek pengembangan SDM masih perlu diperhatikan, oleh karena itu *workshop* perlu diadakan dan diperlukan *workshop-workshop* lainnya yang sekiranya menunjang pertumbuhan dan perkembangan kinerja bisnis karajoelok.com seperti *workshop* pengelolaan website untuk bisnis.

5.2 Implikasi

Praktis : Implikasi proyek ini secara praktis ialah terciptanya rencana inovasi produk dan pemasaran karajoelok.com. Hal tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan tim karajoelok.com untuk meningkatkan performa bisnis yang ada, terutama dalam ranah produk dan pemasaran. Pun skill yang telah didapatkan dari *workshop* yang telah diangkat dapat diterapkan ke dalam bisnis oleh tim karajoelok.com ataupun mitra yang ada guna mendukung pertumbuhan dan perkembangan bisnis karajoelok.com.

Teoritis : Secara teoritis kajian proyek ini akan turut memperkuat eksistensi dari inovasi produk dan inovasi pemasaran yang didasarkan kebutuhan dan minat konsumen serta kemampuan dari produser nya itu sendiri. Pun selanjutnya dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya dengan topik yang serupa.

5.3 Keterbatasan

Peneliti memahami bahwa masih terdapat keterbatasan maupun ketidaksempurnaan dalam proyek ini yang bisa saja mempengaruhi hasil dari proyek. Sehingga, diharapkan pada proyek berikutnya keterbatasan ini dapat dijadikan suatu perhatian. Keterbatasan dari proyek ini antara lain :

1. Proyek hanya terbatas pada aspek inovasi produk dan pemasaran. Sedangkan untuk keberhasilan suatu bisnis diperlukan inovasi pada aspek-aspek bisnis lainnya.
2. Proyek ini terbatas dalam penggunaan postingan *feed* dan *story* Instagram sebagai *tools* pemasaran. Sedangkan masih banyak fitur lain yang dapat dicoba untuk diaplikasikan sebagai sarana pemasaran.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang terdapat pada proyek ini, maka terdapat beberapa saran yang perlu dipertimbangan untuk proyek berikutnya :

1. Melakukan pengaplikasian terhadap rencana yang telah disusun.
2. Mengkaji aspek lain yang perlu dibenahi dalam suatu bisnis untuk dapat *scale up* seperti aspek SDM, keuangan, strategik, dsb.
3. Menggunakan jasa web developer terlebih dahulu, kemudian mengambil pengetahuan dan pengalaman dari yang bersangkutan untuk diterapkan secara mandiri kedepannya. Ataupun dapat bekerja sama dengan Fakultas Teknologi Informasi dari Universitas Andalas dalam pembenahan dan pengembangan website.
4. Menggunakan berbagai macam strategi lain dalam pemanfaatan sosial media instagram sebagai sarana promosi guna meningkatkan ketertarikan masyarakat akan produk dari karajoelok.com seperti menggunakan Instagram Ads.
5. Mencoba *tools* pemasaran lain yang dapat dikaji keefektifan dan keefisienan nya terhadap calon konsumen dari karajoelok.com seperti WhatsApp Business. Pada WhatsApp Business tersebut dapat ditampilkan katalog produk secara keseluruhan. Pun kedepannya dapat mencoba menggunakan aplikasi mobile ataupun metode pemasara lain yang telah direkomendasikan sebelumnya.