

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan Proyek

Brand parfum sepatu DRIPP memperkenalkan konsep parfum kering yang inovatif, memenuhi kebutuhan konsumen dalam mengatasi masalah bau pada sepatu, serta menjadi alternatif perawatan sepatu yang *easy to use* dan hemat. Keunikakan produk ini menawarkan beragam varian aroma dengan desain kemasan yang menarik, menjadi pilihan baru yang dianggap fresh dan efisien oleh konsumen. Penerimaan positif dari pasar menunjukkan keberhasilan strategi *New Product Development* yang dijalankan oleh DRIPP. Fokus pemasaran pada segmen dan target yang tepat menjadi kunci utama dalam pertumbuhan bisnis yang signifikan. Dengan konsistensi dalam menjalankan proses bisnis, memperkuat branding, dan melakukan riset pengembangan, peluang untuk memperluas pasar akan semakin terbuka lebar. Produk ini tidak hanya memberikan solusi praktis bagi konsumen, tetapi juga menunjukkan potensi bisnis yang besar bagi perkembangannya. Dengan adanya inovasi seperti ini, DRIPP berhasil menarik perhatian pasar dan membuka peluang baru dalam industri perawatan sepatu. Hal ini menggambarkan betapa pentingnya strategi pemasaran yang tepat serta kesungguhan dalam mengembangkan produk untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis.

5.2 Implikasi Proyek

5.2.1 Teoritis

Proyek DRIPP memiliki implikasi teoritis yang berharga dengan memberikan wawasan baru bagi penelitian dan pengalaman yang berharga bagi peneliti serta pelaku usaha. Secara akademis, tujuan proyek ini adalah untuk memperdalam pengetahuan peneliti dalam bidang inovasi produk dan strategi pemasaran. Pengalaman yang diperoleh dari proyek ini memberikan nilai tambah yang besar bagi penulis, termasuk kemampuan untuk mandiri dalam menciptakan dan mengembangkan produk baru dengan konsep parfum kering untuk sepatu, serta pemilihan strategi pemasaran yang sesuai untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Oleh karena itu, studi kasus mengenai parfum sepatu kering DRIPP memiliki potensi besar sebagai sumber data empiris yang berharga untuk mengeksplorasi teori-teori terkait pengembangan produk baru, manajemen inovasi, dan strategi pemasaran. Peneliti memiliki kesempatan untuk menganalisis bagaimana sebuah brand baru memerlukan strategi pengembangan dan pemasaran yang tepat guna menjaga siklus hidup bisnis agar tetap berjalan secara berkelanjutan. Dengan demikian, proyek DRIPP tidak hanya memberikan solusi praktis bagi konsumen, tetapi juga berkontribusi pada perkembangan pengetahuan dan pemahaman dalam bidang manajemen bisnis, inovasi produk, dan strategi pemasaran.

5.2.2 Praktis

Proyek ini memiliki implikasi praktis yang signifikan dengan menghadirkan DRIPP sebagai solusi efektif untuk masalah bau pada sepatu yang sering dihadapi oleh konsumen, sekaligus memberikan kesegaran alami bagi sepatu. Produk DRIPP dirancang agar mudah digunakan dan praktis dibawa ke mana saja, memberikan keuntungan tambahan bagi pengguna. Bahan-bahan yang digunakan dalam DRIPP bersifat kering dan organik, menjadikannya aman untuk digunakan pada semua jenis sepatu tanpa meninggalkan residu yang merusak. Selain itu, harga DRIPP yang lebih ekonomis dibandingkan dengan produk kompetitor memberikan nilai lebih bagi konsumen, memungkinkan produk ini dapat dijangkau oleh berbagai kalangan, terutama target pasar DRIPP. Dengan demikian, proyek ini tidak hanya menawarkan solusi baru untuk menghilangkan bau pada sepatu, tetapi juga membantu merawat sepatu dengan cara yang lebih alami dan efisien. Konsumen kini memiliki pilihan yang lebih baik dalam menjaga kebersihan dan kesegaran sepatu mereka, menjadikan DRIPP sebagai produk andalan dalam perawatan sepatu.

5.3 Keterbatasan Proyek

Proyek implementasi *new product development* produk parfum sepatu DRIPP ini memiliki keterbatasan dari segi produksi, karena pengembangan produk ini masih bersifat uji coba dan baru berupa rancangan produk (*prototype*), maka penulis hanya memproduksi dan mengembangkan dua varian aroma yaitu varian

rempah-rempah dan varian kopi serta pemilihan segmen dan target yang masih sempit juga menjadi kendala dalam merancang konsep promosi dalam konten media sosial yang digunakan. Hal ini membatasi kemampuan brand DRIPP untuk memenuhi permintaan pasar yang lebih besar secara optimal.

5.4 Saran

DRIPP perlu melakukan uji laboratorium untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang benar-benar baru di pasar dan untuk memastikan validasi sah. Uji laboratorium ini penting untuk membuktikan bahwa produk DRIPP efektif dalam mengatasi bau sepatu dan aman digunakan pada berbagai jenis sepatu. Selain itu, pemberian hak paten pada *brand* DRIPP penting dilakukan untuk melindungi nama *brand* dan produk. Hak paten ini akan membantu mempertahankan identitas brand serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk DRIPP. Dengan strategi pemasaran yang komprehensif dan perlindungan hak paten yang kuat, DRIPP dapat meningkatkan pangsa pasar dan mempertahankan loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

DRIPP juga perlu melakukan riset mendalam mengenai strategi pemasaran yang lebih efektif untuk mempromosikan produk dan menjangkau pasar yang lebih luas. Salah satu strategi yang dapat diimplementasikan adalah kerja sama dengan bisnis *laundry* sepatu atau *shoes care*, yang dapat memperluas jangkauan produk DRIPP dan meningkatkan kredibilitas di mata konsumen. Selain itu, penambahan *platform* media sosial sebagai kanal pemasaran akan sangat membantu dalam menjangkau konsumen yang lebih luas dan beragam. Melalui media sosial, DRIPP dapat berinteraksi langsung dengan konsumen, memberikan edukasi mengenai

manfaat produk, serta mendapatkan umpan balik yang berharga untuk pengembangan produk lebih lanjut. Pembukaan toko online juga merupakan langkah krusial untuk memperluas pasar dan *branding* DRIPP, memudahkan konsumen mengakses dan membeli produk kapan saja dan di mana saja, serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap *brand* melalui promosi dan kampanye *online*.

