

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Kota Bandung memiliki banyak sekali produk *fashion* yang harga dan kualitasnya tidak kalah bersaing dengan produk *fashion* dari *brand* asing. Namun masih banyaknya masyarakat luas yang belum mengetahui tentang ini. Kebanyakan masyarakat sekarang, apalagi masyarakat kalangan muda lebih tertarik akan produk *fashion brand* asing dikarenakan gengsi dan agar terlihat *branded*.

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner yang penulis lakukan, terdapat solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka dibuatlah sebuah media yang dapat mempromosikan produk *fashion* lokal Bandung dan meningkatkan minat beli masyarakat, yaitu aplikasi *e-commerce* atau belanja *online* yang tengah digandrungi oleh kalangan muda masa kini.

Dengan dibuatnya media aplikasi ini, diharapkan kedepannya produk *fashion* lokal Bandung dapat terpromosikan dengan lebih baik melalui suatu aplikasi yang terpadu. Sehingga setelahnya kepedulian masyarakat terhadap produk *fashion* lokal dapat lebih meningkat.

5.2 Saran

Meningkatkan minat masyarakat terhadap produk fashion lokal Bandung perlu untuk dilakukan, sejalan dengan kampanye cinta produk lokal yang digaungkan oleh pemerintah. Karena sesungguhnya produk – produk hasil buatan lokal kualitasnya tidak kalah saing dengan produk asing yang kian laku di pasaran. Bahkan banyak produk *fashion* lokal yang sudah berhasil menembus pasar internasional dan diakui di panggung *fashion* internasional.

Perancangan aplikasi ini semoga ke depannya dapat dibuat lebih detail dan kompleks sehingga dapat mencakup seluruh kebutuhan yang diperlukan oleh audiens yang mengakses.

Hal lainnya yang perlu diperhatikan adalah, jangkauan produk yang dipromosikan apa hanya sebatas produk lokal Bandung saja atau memungkinkan apabila dibuat dalam cakupan Jawa Barat atau secara lingkup nasional yang lebih luas.

