

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Multisided marketplace platform kacamata merupakan pilihan ideal dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan pendapatan klinik dengan menyesuaikan perkembangan minat masyarakat yang dimungkinkan dengan adanya teknologi khususnya teknologi informatika. Melalui platform ini, pasien klinik ditawarkan proposisi nilai baru di mana pasien dapat memilih dan membeli kacamata baru lewat platform sehingga pasien tidak perlu ke optik lagi untuk membeli kacamata setelah mendapatkan resep. Pasien juga mendapatkan lebih banyak pilihan kacamata karena platform terdiri dari beberapa optik.

Penelitian ini mencoba menguji dua hipotesis mengenai ketertarikan terhadap ide platform *e-commerce marketplace* kacamata sebagai proposisi nilai baru dalam pelayanan klinik. Hipotesis pertama adalah pasien tertarik membeli kacamata secara online, dan hipotesis kedua adalah optik bersedia bekerjasama dengan platform.

Hasil tes menunjukkan sinyal atau bukti awal menuju terbuktinya hipotesis pertama. Tes pertama dengan interview menunjukkan 90% responden menyatakan tertarik membeli kacamata secara online dan 40% akan lebih tertarik jika terdapat fitur *virtual try-on*, di mana kacamata dapat dicobakan secara virtual di wajah. Tes kedua dengan *minimal viable product* (MVP) juga menunjukkan hasil yang cukup meyakinkan baik dari sisi *acquisition*, *engagement*, maupun survey terhadap kesukaan pada *user interface* dan *user experience website* platform Tokomata.id. Namun pelanggan masih sulit membayangkan konsep platform *marketplace* yang terdiri dari beberapa optik dan mengkhususkan pada kacamata, Tokomata masih sering dianggap sebagai sebuah optik. Dari sisi *website* yang tersedia masih memerlukan perbaikan untuk dapat memberi layanan yang lebih baik.

Data-data juga memberikan sinyal atau bukti awal yang mengarah pada terbuktinya hipotesis kedua. Penelitian melalui interview, *letter of intent* dan MVP menunjukkan minat optik untuk bergabung cukup baik, walaupun ada keraguan yang dapat dipahami karena platform marketplace khusus kacamata belum pernah ada sebelumnya. Kelima optik yang diinterview menyatakan tertarik bekerja sama dan telah melakukan registrasi di Tokomata.id. Empat di antaranya telah membuat *letter of intent* dan mengupload produk. Selama masa tes telah ada tambahan optik yang bergabung. Beberapa optik masih mengalami kendala dalam menggunakan *website* Tokomata.id, terutama yang belum pernah berjualan online sebelumnya, sehingga masih perlu dilakukan pengembangan *website* agar menjadi lebih mudah. Optik juga memerlukan pengembangan kemampuan, dalam hal ini keterampilan membuat foto dan narasi yang baik agar produk yang ditawarkan menarik bagi pelanggan.

Berdasar hasil pengujian hipotesis di mana data awal menunjukkan sinyal terbuktinya kedua hipotesis dan dengan melihat besarnya pasar industri kacamata, maka business model baru dengan *multisided marketplace* platform kacamata melalui Tokomata.id ini memiliki potensi sangat baik dan dapat dilanjutkan. Perbaikan dan pengembangan dibutuhkan agar potensi platform ini dapat dimaksimalkan, baik dalam hal organisasi, *partnership*, perluasan *revenue stream*, maupun penyesuaian platform agar lebih *user-friendly* dan dapat mencakup pengembangan sesuai kebutuhan pelanggan.

5.2. Saran

Walaupun hipotesis dalam penelitian ini memperoleh data awal untuk pembuktian, platform masih perlu pengembangan lebih lanjut untuk dapat memberikan pengalaman penggunaan yang lebih baik, menyesuaikan dengan saran dari pelanggan, misalnya dalam mengintegrasikan teknologi *virtual try-on*.

Perbaikan platform agar lebih *user-friendly* juga diperlukan, khususnya tampilan mobile, mengingat sebagian besar pengguna pada survey yang dilakukan menggunakan smartphone. Bagian filter juga belum berfungsi maksimal, dan halaman vendor belum dapat membuat kategori masing-masing.

Perlu diadakan pelatihan bagi optik yang bekerjasama khususnya dalam bentuk peningkatan keterampilan display produk online yang baik.

Profiling lebih luas mengenai customer yang tertarik membeli kacamata secara online perlu dilakukan untuk mendukung marketing agar tidak salah dalam memilih target konsumen.

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk dapat melihat potensi finansial model bisnis baru ini, apakah model bisnis baru ini dapat menghasilkan secara finansial bagi klinik.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA