

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada laporan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Arresya Fashion” disimpulkan bahwa terdapat tiga point permasalahan yang selama ini dirasakan oleh konsumen yaitu terkait warna, bahan dan ukuran hijab. Permasalahan tersebut diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen dan calon konsumen Arresya. Dari permasalahan tersebut penulis memberikan solusi sehingga produk yang Arresya tawarkan dapat diterima dan memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, Arresya komitmen untuk mengikuti perubahan trend yang sesuai dengan pasar. Sehingga implementasi strategi yang sudah Arresya lakukan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen dan menciptakan keunggulan dibanding dengan pesaing.

Arresya juga menggunakan strategi BMC yang bertujuan sebagai alat untuk memvisualisasikan perencanaan bisnis sehingga dapat mempermudah dalam mengevaluasi kekurangan yang ada pada bisnis agar bisa memberikan inovasi pada produk hijab. Selain itu Arresya menggunakan pendekatan Matriks SWOT untuk mengetahui posisi bisnis dan mempertimbangkan potensi pasar dimasa sekarang atau masa depan.

5.2 Saran

1. Meningkatkan kesadaran konsumen akan merek Arresya dengan promosi dan meningkatkan kepuasan konsumen dengan program loyalitas.
2. Selalu berinovasi terhadap produk yang saat ini sedang trend, melakukan riset secara berkala sehingga dapat mengetahui yang sedang dibutuhkan oleh konsumen dan memanfaatkan media sosial serta marketplace untuk dapat menjangkau pasar yang luas.
3. Strategi pengembangan bisnis Arresya dapat menjadi contoh sebagai implementasi pengetahuan dan keterampilan pada bidang bisnis.