

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Raung Konveksi mengadopsi Blue Ocean Strategy dengan fokus pada inovasi produk, kolaborasi strategis, dan penciptaan merek baru. Melalui produk-produk yang revolusioner, kemitraan dengan perusahaan di luar industri konveksi, dan penciptaan merek "Raung Konveksi", perusahaan berupaya membedakan diri dari pesaing. Selain itu, riset pasar yang mendalam menjadi landasan untuk memahami kebutuhan pelanggan dan mengidentifikasi peluang baru. Dengan strategi pemasaran yang membedakan, Raung Konveksi bertujuan untuk menciptakan ruang pasar baru dan memperkuat posisinya dalam industri konveksi yang dinamis. Dengan demikian, perusahaan diharapkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlangsungan bisnisnya di pasar yang kompetitif ini.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian pada Raung Konveksi, peneliti berharap dapat memberikan beberapa rekomendasi kepada Raung Konveksi sehingga mereka dapat menjadi perusahaan yang unggul dalam industri yang diolah.

1. Ketahui Kebutuhan Pelanggan: Dengarkan apa yang diinginkan oleh pelanggan dan ciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
2. Kemitraan Strategis: Jalin kemitraan dengan perusahaan-perusahaan terkait seperti produsen bahan atau desainer fashion untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kualitas produk.
3. Maksimalkan Potensi Digital Marketing: Manfaatkan kehadiran online melalui media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan dan menjaga interaksi dengan pelanggan.
4. Variasi Produk: Diversifikasi lini produk dengan menambahkan pilihan aksesoris atau pakaian tambahan untuk memenuhi kebutuhan beragam pelanggan.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan Raung Konveksi dapat terus berkembang, berinovasi, dan mempertahankan posisinya sebagai pemain yang berdaya saing dalam industri konveksi