

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Perkembangan fashion syariah di Kota Kendari ditinjau dari kedua toko fashion, yakni Youtfit Kendari dan Rumah Hijab Syabana dapat dikatakan baik, berdasarkan indikator perkembangan usaha yang diperoleh oleh kedua toko tersebut. Hal ini dikarenakan dari segi pendapatan yang begitu meningkat yang berlaku pada toko Youtfit, namun tidak pada Rumah Hijab Syabana, karena beberapa faktor tertentu yang menyebabkan Rumah Hijab Syabana mengalami penurunan. Namun, secara keseluruhan baik Youtfit maupun Rumah Hijab Syabana tidak begitu mempengaruhi minat pelanggan terhadap produk mereka karena jumlah pelanggan dari kedua toko tersebut masih tergolong stabil dan tetap, meskipun permintaan terhadap barang naik turun. Di sisi lain, produk yang dihasilkan oleh kedua toko tersebut juga masing-masing memiliki ciri khas yang membuat pelanggan untuk tetap ada dan bertahan membeli produk barang yang dimiliki keduanya, terlebih lagi target pelanggan yang menjadi sasaran toko keduanya sangat berbeda. Selain itu, kualitas SDM mulai dari pelayanan yang diberikan oleh kedua toko tersebut sangat baik.

2. Strategi pengembangan usaha fashion syariah di Kota Kendari telah masuk dalam era digitalisasi. Khususnya bagi kedua toko fashion syariah yakni Youtfit Kendari dan Rumah Hijab Syabana pun tak luput juga sama-sama memanfaatkan digitalisasi dalam mempromosikan dan memperkenalkan barang dagangannya melalui sosial media dan online shop untuk lebih dikenal tak hanya bagi penduduk lokal maupun juga di luar Kota Kendari. Dalam mengembangkan usaha ada strategi atau perencanaan yang harus dilakukan oleh setiap pemilik usaha: a) Strategi pengembangan pasar; b) Strategi pengembangan produk; dan c) Strategi inovasi. Pada toko Youtfit Kendari menggunakan strategi pengembangan pasar dan pengembangan produk. Pengembangan pasar dilakukan melalui media sosial Instagram, facebook, juga online shop Shopee, dengan maksud untuk lebih mudah dikenal dan mudah diakses. Sedangkan pengembangan produk dilakukan dengan cara *update* produk terkini yang lagi trend di pasaran, dan mendapatkan stok barang impor langsung dari luar Indonesia. Begitu pula dengan Rumah Hijab Syabana menggunakan strategi pengembangan pasar, pengembangan produk, dan inovasi. Pengembangan pasar juga memperkenalkan produk dan kreasinya melalui media sosial Instagram, Facebook, dan grup WhatsApp. Kemudian pengembangan produknya yang juga mengikuti trend kekinian, serta berinovasi menghasilkan produk karya kreasi sendiri dengan brand sendiri, dengan maksud menciptakan ciri

khas Rumah Syabana untuk lebih dikenal khususnya di kota-kota besar.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka saran yang diberikan oleh peneliti ini dapat disampaikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Saran untuk objek penelitian yaitu, sebaiknya para pelaku UMKM untuk terus mengembangkan produk sesuai engan keinginan dari konsumen dan trend fashion *kekinian* sehingga produk tidak monoton. Kemudian produk yang dibuat lebih berkualitas dan memiliki kuantitas yang cukup dengan harga yang tetap terjangkau. Selain itu, lebih meningkatkan kuantitas dan teknik dalam promosi/marketing penjualan agar lebih menarik dan mudah dikenal oleh calon konsumen.
2. Saran penulis untuk peneliti sebelumnya melakukan penelitian dengan menggunakan teknik analisis data dan model penelitian yang berbeda dengan variabel-variabel lain yang belum dimasukan kedalam penelitian ini. Diharapkan penelitian sebelumnya dapat memberikan pengetahuan faktor-faktor dalam mengembangkan fashion syariah dikota kendari.