

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya mengenai peran teknologi digital dalam meningkatkan penjualan produk pada UD Timbul Jaya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. UD Timbul Jaya menggunakan teknologi digital dalam mempromosikan serta memasarkan produk *shuttlecock*. Hal ini dilakukan karena UD Timbul Jaya ingin memperluas jangkauan pasar agar memenangkan *mind share*. Teknologi digital yang berperan bagi UD Timbul Jaya dalam melakukan pemasaran adalah media sosial *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp*. Sedangkan dalam mesin pencari menggunakan situs *Website* (*wordpress*). Penerapan teknologi digital pada UD Timbul Jaya memiliki peran sebagai alat penjualan, sebagai pelayanan konsumen, sebagai alat berkomunikasi, sebagai efisiensi biaya, dan sebagai alat pengembangan merek. Di abad ke-21 ini, peran teknologi digital sebagai meningkatkan penjualan sangat penting. Selain untuk menghadapi persaingan, saat ini teknologi digital adalah alat komunikasi atau informasi yang digunakan, khususnya media sosial. *Website* UD Timbul Jaya lebih menghasilkan kunjungan konsumen daripada media sosial lain, akan tetapi dari media sosial *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp* juga menjadi hal utama dalam meningkatkan penjualan produk *shuttlecock*.
2. Peran teknologi digital yang digunakan UD Timbul Jaya untuk mempromosikan serta memasarkan produk sesuai dengan nilai-nilai

pemasaran syariah. Mengacu pada karakteristik pemasaran syariah, yaitu *Teistis (Rabbaniyyah)*, *Etis (Akhlaqiyyah)*, *Realistis (Al-waqi'iyah)*, dan *Humanistis (Insaniyyah)*. Adapun dari prinsip-prinsip pemasaran syariah, UD Timbul Jaya menerapkan lima yang sesuai dengan prinsip pemasaran syariah. Dari peran teknologi digital yang diterapkan UD Timbul Jaya memegang teguh prinsip keadilan dan kejujuran, karena hal ini sangat diperhatikan dalam bisnis yang sesuai ketentuan syariat. Hal ini dapat meningkatkan penjualan produk *shuttlecock* UD Timbul Jaya, selain peran teknologi, memiliki pedoman dan prinsip dalam bisnis dapat meningkatkan penjualan sesuai dengan ridho Allah swt. dan dapat membina kelestarian lingkungan melalui penciptaan lapangan kerja.

## **B. Saran**

1. Dalam melakukan pemasaran, bisa bergabung melalui *marketplace* lain seperti *Shopee*, *Lazada*, *Toko Pedia*, dan lain sebagainya, atau melalui media sosial lain seperti *Youtube*. Dengan adanya peran media sosial yang lebih banyak dapat mengoptimalkan penjualan produk dan memaksimalkan strategi pemasaran menggunakan teknologi digital. Selain itu, perlu memposting atau mengunggah setiap aktivitas atau produk dalam melakukan penjualan. Hal ini dapat memberikan kontribusi lebih serta minat konsumen sesuai dengan target pasar.
2. Bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti mengenai peran teknologi digital 4.0 dalam meningkatkan volume penjualan, seperti mengevaluasi penggunaan *ChatBots* pada media sosial bisnis sebagai efektivitas penjualan. Hal ini sangat menarik untuk dikaji, karena era digital saat ini

terus berkembang dan perlu menyadari bahwa hal ini sangat dibutuhkan bagi perusahaan agar tetap mengikuti persaingan. Tidak hanya membutuhkan media sosial saja dalam meningkatkan penjualan. Akan tetapi, pengoptimalan strategi yang tepat dan baik akan berdampak pada penjualan.