

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan yang telah diuraikan oleh peneliti mengenai upaya konveksi *Wmsygarment* dan *Clothingsupply* dalam meningkatkan volume omset penjualan disetiap tahunnya melalui strategi pemasaran digital yang digunakan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konveksi *Wmsygarment and Clothingsupply* di Kecamatan Sidodadi Kabupaten Sidoarjo menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif dengan memanfaatkan berbagai *platform* dan fitur di media sosial seperti *Instagram, Threads, TikTok, dan Whatsapp*. Adapun nama akun media sosial *Instagram, Threads, TikTok* milik *Wmsygarment and Clothingsupply* yakni sama dengan nama *@wmsygarment*. Kemudian, *Wmsygarment and Clothingsupply* menggunakan akun *Instagram* untuk memperkenalkan produk, membangun citra merek, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui beragam fitur. Selain itu, *Threads* dan *TikTok* dimanfaatkan untuk menjangkau pelanggan yang lebih muda. Melalui *Whatsapp*, konveksi ini mengirimkan pesan promosi langsung kepada pelanggan. Fokus utama dalam strategi pemasaran digital ini adalah efisiensi biaya dan waktu, dengan penekanan pada konten menarik dan konsistensi dalam mengikuti tren. Dengan demikian, konveksi ini berhasil memperbarui konten secara teratur, meningkatkan rating penjualan, dan

memastikan keberlangsungan bisnis yang optimal. Mereka juga menjalin interaksi langsung dengan pelanggan melalui fitur komentar, *direct message*, dan *live chat*, serta memberikan berbagai insentif seperti gratis pengiriman, layanan desain, konsultasi, dan perbaikan pesanan.

2. Strategi pemasaran digital Konveksi *Wmsygarment and Clothingsupply* d telah membuktikan keberhasilannya dalam meningkatkan volume penjualan secara signifikan. Dengan fokus pada konten yang selalu update, promosi menarik, dan pelayanan interaktif, konveksi ini berhasil menarik minat pelanggan baru dan mempertahankan minat pelanggan yang sudah ada. Kombinasi antara pemasaran digital yang efektif, kualitas produk yang unggul, dan pelayanan yang baik telah menjadi faktor kunci dalam kesuksesan ini. Data penjualan tunjukkan tren kenaikan yang konsisten dari tahun 2016 hingga 2023, dengan volume penjualan produk meningkat dari 2076 pcs menjadi 8160 pcs, dan pendapatan total dari penjualan meningkat dari Rp. 249.153.850 menjadi Rp. 980.000.000. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran digital telah berhasil mendorong pertumbuhan bisnis Konveksi *Wmsygarment and Clothingsupply* secara substansial.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti di atas mengenai penerapan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan pada bisnis konveksi *Wmsygarment dan Clothingsupply*. Adapun peneliti telah mengemukakan beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi Pihak konveksi *Wmsygarment dan Clothingsupply*

Disarankan untuk terus meningkatkan kualitas konten dan interaksi di platform media sosial yang mereka gunakan. Selain itu, mereka dapat mempertimbangkan untuk memperluas jangkauan promosi dengan memanfaatkan lebih banyak fitur-fitur yang tersedia di platform media sosial, serta mengidentifikasi tren baru dalam pemasaran digital yang relevan dengan bisnis mereka. Selain itu, konsistensi dalam menyediakan produk berkualitas dan pelayanan yang baik kepada pelanggan juga harus dipertahankan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

2. Bagi Akademik

Disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai tren dan strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan dalam industri konveksi atau bisnis lainnya. Penelitian tersebut dapat melibatkan analisis lebih mendalam terhadap data-data penjualan dan kinerja pemasaran digital, serta eksplorasi terhadap faktor-faktor lain yang memengaruhi keberhasilan strategi pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk melakukan studi kasus lebih lanjut atau penelitian komparatif dengan bisnis konveksi lainnya atau dalam industri yang serupa. Hal ini akan membantu dalam memperluas pemahaman tentang berbagai strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan dalam konteks yang berbeda dan mengidentifikasi best practices yang dapat menjadi acuan bagi bisnis-bisnis lain dalam meningkatkan penjualan melalui pemasaran digital.

