

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Penerapan Manajemen Industri Kreatif di *Oishi Chicken Fillet*

Penerapan manajemen industri kreatif di *Oishi Chicken Fillet* dilakukan dengan berbagai strategi inovatif untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan daya saing bisnis. Strategi ini mencakup pengembangan budaya kreatif dengan branding yang unik, seperti penggunaan warna mencolok pada banner dan gerobak, serta seragam karyawan bertema ayam. Selain itu, pemilik juga mengadopsi metode pemasaran berbasis digital dengan membuat meme, konten kreatif di media sosial, serta berkolaborasi dengan *influencer lokal*. *Oishi Chicken Fillet* juga memanfaatkan *platform* layanan antar makanan dan metode pembayaran digital untuk meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan transaksi pelanggan .

2. Peran Manajemen Industri Kreatif dalam Meningkatkan Volume Penjualan di *Oishi Chicken Fillet*

- a. Peningkatan Pendapatan, Pendapatan meningkat dari Rp21 juta (2021) menjadi Rp76 juta (2024) berkat strategi pemasaran digital dan inovasi produk.
- b. Pertumbuhan Pelanggan, Jumlah pelanggan bertambah, didukung oleh pembelian berulang karena kualitas produk lebih unggul dan harga terjangkau.

- c. Peningkatan Produksi & Distribusi, *Oishi Chicken Fillet* terus berkembang dengan membuka cabang baru setiap tahun dan memperpanjang jam operasional.
- d. Keberlanjutan Penjualan Strategi pemasaran digital dan inovasi produk terbukti efektif dalam menjaga keberlanjutan bisnis.
- e. Ekspansi Pasar & Distribusi Cabang baru dibuka di lokasi strategis, dan pemesanan diperluas ke platform digital seperti WhatsApp, Maxim, Go-Food, dan ShopeeFood.

B. Saran

1. Bagi *Oishi Chicken Fillet*

Dengan adanya hasil dari penelitian ini, peneliti berharap *Oishi Chicken Fillet* dapat konsisten dalam konten pada sosial media mereka dan selalu mengembangkan praktik manajemen industri kreatif yang lebih banyak lagi, untuk meningkatkan volume penjualannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber untuk peneliti-peneliti lainnya yang ingin menggali informasi lebih dalam lagi terkait topik manajemen industri kreatif dalam meningkatkan volume penjualan, serta dapat menambah teori-teori yang lebih relevan pada penelitian selanjutnya dikarenakan adanya keterbaruan pada penelitian ini. Kemudian bisa juga dikaitkan dengan teori manajemen syariah dan dapat memilih objek penelitian yang skala lebih besar lagi.