

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pembahasan yang dilakukan peneliti berkaitan dengan peran pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan di UD Risma Jaya Kota Kediri. Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut ini:

1. Penggilingan mie dan kulitan UD Risma Jaya awalnya menerapkan pemasaran konvensional *door to door*, akan tetapi tidak berhasil. Hal ini yang mendasari UD Risma Jaya menerapkan pemasaran digital dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produknya. Penerapan pemasaran digital yang dilakukan adalah dalam bentuk media sosial seperti facebook dan whatsapp serta mendaftarkan usahanya dalam google maps dan website. Dengan media digital UD Risma Jaya juga dapat melakukan pemasaran yang sesuai kebutuhan, menjangkau masyarakat yang lebih luas, mudah merespon para konsumennya dan berinteraksi secara langsung dengan banyak orang melalui kolom komentar.
2. Pemasaran digital di penggilingan mie dan kulitan UD Risma Jaya Kota Kediri memiliki peran dalam peningkatan penjualan karena media digital membantu dalam memperkenalkan produk dan menjangkau pasar yang lebih luas. Sebagaimana data penjualan, setelah melakukan pemasaran digital pada tahun 2021 penjualannya naik sebesar 260%, dari yang awalnya 2,5 Ton menjadi 9 Ton. Pada tahun 2022 mengalami kenaikan

sebesar 200% menjadi 27 Ton dan pada tahun 2023 juga mengalami kenaikan 133% menjadi 63 Ton. Namun pada tahun 2024 mengalami penurunan 12,5% menjadi 55 Ton, hal ini dikarenakan pelanggan terpecah ke cabang baru UD Risma Jaya. Peningkatan penjualan ini juga membuat laba naik 2400% dari Rp. 7.900.000 sebelum pemasaran digital menjadi Rp. 199.400.000 pada puncaknya yaitu tahun 2023. Dengan keuntungan yang didapat ini juga mendukung pertumbuhan usaha Risma Jaya, yaitu dengan merekrut dua karyawan, menambah satu ruko dan tiga mesin penggilingan. Namun saat ini UD Risma Jaya sudah berhenti memasarkan produknya dikarenakan telah memiliki banyak pelanggan.

B. Saran

1. Bagi penggilingan mie dan kulitan UD Risma Jaya diharapkan terus menjaga kualitas produk dan pelayanan guna mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu UD Risma Jaya jangan berhenti melakukan pemasaran secara digital karena telah memiliki banyak pelanggan. Diharapkan UD Risma Jaya tetap meneruskan pemasaran digitalnya, kemudian untuk melayani pelanggan yang semakin banyak dapat dengan cara menambah alat produksi dan karyawan sehingga bisnisnya bisa lebih berkembang lagi.
2. Bagi masyarakat terkhusus pelaku usaha lainnya yang baru merintis usaha, penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber acuan dalam mengambil keputusan saat akan memasarkan produknya menggunakan pemasaran digital. Karena di era sekarang masyarakat telah terbiasa

dengan penggunaan media digital sehingga pemasaran melalui media digital dapat sangat menunjang dalam mengenalkan produk usaha ke pasar atau masyarakat yang lebih luas.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan metode yang berbeda, misalnya metode kuantitatif, agar dapat memperoleh data dalam bentuk angka atau statistik yang lebih terperinci, akurat dan lengkap. Pendekatan ini dapat memperkuat temuan-temuan yang telah diperoleh dari penelitian sebelumnya yang menggunakan pendekatan kualitatif.