

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan secara teoritis maupun empiris dari hasil data penelitian tentang “Peran Pemasaran *Online* dan *Offline* dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan *Fashion TNA Collection* Nganjuk”, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Strategi pemasaran untuk penjualan *offline* yaitu dengan berfokus pada hubungan personal dengan pelanggan, promosi pada sosial media *TNA Collection*, dan melayani pembeli yang ingin menjadi *reseller*, karena banyak konsumen lebih mengenal toko fisik, sehingga *word-of-mouth* tetap berpengaruh dalam keputusan pembelian. Sedangkan strategi pemasaran *online* melibatkan berbagai aktivitas di media digital untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas dan meningkatkan *brand awareness*. Penyatuan elemen *online* dan *offline* bertujuan meningkatkan efektivitas pemasaran dan mencapai tujuan bisnis.

TNA Collection juga menunjukkan kehati-hatian dalam penetapan harga, mempertimbangkan faktor eksternal dan internal untuk memastikan harga kompetitif. Selain itu, lokasi *TNA Collection* yang strategis mendukung penjualannya di daerah padat penduduk. Mereka juga menggunakan fitur *Click and Collect* di Shopee untuk menggabungkan pengalaman berbelanja *online* dan

pengambilan barang secara langsung. Secara keseluruhan, strategi pemasaran TNA *Collection* terbukti berjalan baik dalam kedua platform.

- b. TNA *Collection* menunjukkan hasil positif pada peningkatan penjualan dengan pendapatan rata-rata Rp1.500.000,00 per hari dan peningkatan hingga 3X saat diskon khusus. Strategi diskon dan promosi terbukti menarik konsumen *offline* dan *online*. *Bundling* dan potongan harga untuk pembelian banyak efektif mendorong pembelian lebih banyak dalam satu transaksi. Selain itu, kualitas produk, pelayanan, dan kebijakan penukaran barang, yaitu untuk memastikan kepuasan konsumen, baik secara *offline* maupun *online*, untuk membangun kepercayaan TNA *Collection* menerapkan strategi penukaran dan penanganan keluhan agar meningkatkan loyalitas pelanggan dan volume penjualan jangka panjang.

TNA *Collection* juga berfokus pada tujuan meraih laba. Kenaikan penjualan berhubungan langsung dengan peningkatan laba, yaitu dengan menggabungkan penjualan *online* dan *offline*. Untuk membangun hubungan dengan pelanggan, mereka memberikan bonus cermin kecil untuk pembelian di atas Rp100.000,00 guna meningkatkan loyalitas dan menciptakan pengalaman berbelanja positif, mendukung pertumbuhan perusahaan.

B. Saran

Berpijak dari analisi yang dilakukan dengan kesimpulan di atas, maka perlu disarankan kepada:

1. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan, serta dapat dijadikan sebagai referensi dan sumber informasi mengenai strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan daya tarik konsumen.

2. Bagi Pemilik Toko

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi TNA *Collection* sebagai salah satu pelaku usaha. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan di bidang pemasaran, agar volume penjualan setiap produk dapat meningkat. Selain itu, diharapkan pula agar pelaku usaha ke depannya dapat memberikan dan lebih meningkatkan strategi pemasaran yang telah diterapkan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperluas ruang lingkupnya dalam menambahkan referensi yang relevan untuk mendukung penelitian.