

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari uraian pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Lestari Bibit Desa Juwet, Kecamatan Ngronggot, Nganjuk dalam meningkatkan penjualan adalah sebagai berikut:

1. Strategi optimasi *digital marketing* di *Shopee* dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19 yang diterapkan oleh Lestari Bibit adalah dengan cara melakukan optimasi kata kunci, optimasi konten, dan optimasi iklan. Optimasi kata kunci diantaranya dengan melakukan riset kata kunci, memberikan kata kunci yang informatif sesuai kondisi bibit, dan tidak merubah kata kunci yang sudah memiliki tingkat konversi tinggi. Kemudian dengan melakukan optimasi konten pada deskripsi, video, foto, dan memperbanyak jumlah variasi produk. Lalu pada optimasi iklan, Lestari Bibit menggunakan Iklan Pencarian Produk dan menggunakan Fitur Promo dan Paket Diskon di *Shopee*.
2. Dari data yang telah diperoleh peneliti mengenai strategi optimasi *digital marketing* di *Shopee* pada masa pandemi covid-19 yang telah diterapkan oleh Lestari Bibit membuat volume penjualan mengalami peningkatan dari tahun 2019 yang semula 50 pembeli bibit per-bulan melalui metode penjualan secara offline, kemudian menambah metode pemasarannya ke digital marketing yang dimulai pada bulan September 2020 meningkat menjadi 150 pembeli bibit per September 2020. Saat ini Lestari Bibit mampu menjangkau 731 pembeli bibit per Desember 2021.

## **B. Saran**

Setelah peneliti membahas mengenai Strategi optimasi *digital marketing* di *Shopee* dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19 yang diterapkan oleh Lestari Bibit Desa Juwet, Kecamatan Ngronggot, Nganjuk, peneliti memberikan saran kepada pengusaha diantaranya sebagai berikut:

1. Dalam penggunaan marketplace seharusnya pelaku usaha juga melakukan hal yang sama yakni mengoptimasikan fungsi promosi yang tersedia untuk kegiatan promosi sehingga tidak memaksimalkan dari satu platform saja. Semakin banyak platform yang dioptimasikan maka semakin banyak pula kesempatan untuk menarik calon pembeli.
2. Sebaiknya pelaku usaha lebih memperhatikan lagi tentang keamanan paket yang akan dikirim kepada konsumen mengingat produk yang dijual adalah benda hidup yang berpotensi mati atau layu dalam pengiriman.