

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini berjudul “Implementasi Pemasaran Digital Pada Industri Sablon” Penggunaan media sosial Instagram oleh manusia sablon sehingga dapat memberikan banyak manfaat. Berdasarkan hasil penulisan serta analisis yang telah penulis lakukan pada bab-bab terdahulu, berikut disajikan kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah penelitian. Berikut merupakan kesimpulan dari tujuan penelitian untuk mengetahui implementasi pemasaran pada media sosial instagram manusia sablon, sebagai berikut:

1. Manusia sablon memiliki STP (Segmentasi, Taregting, Positioning), segementasi berusia dari 20-35 tahun berjenis kelamin laki-laki dan berprofesi sebagai pelajar, karyawan, dan pengusaha. Targetingnya merupakan para pelanggan yang berhubungan dan berpotensi pada bidang Konveksi Sablon. Manusia sablon menggunakan strategi positioning menurut harga dan kualitas dengan pesaing lainnya, yang dimana harga dan kualitas dari manusia sablon ini dapat bersaing dengan konveksi lainnya dengan kualitas yang baik, dengan harga yang ditawarkan lebih baik.
2. Manusia sablon menerapkan konsep IMC dalam pemasarannya dari enam unsur IMC, enam unsur yang diterapkan sebagai berikut:

- a. Manusia sablon menjelaskan terlihat bahwa Manusia sablon menyadari pentingnya optimasi dalam pemasaran melalui berbagai saluran, termasuk iklan berbayar untuk menjangkau pasar baru. Ini menjadi langkah yang baik untuk meningkatkan visibilitas dan eksposur bisnis kepada audiens yang lebih luas.
- b. Personal seling yang dilakukan oleh Manusia Sablon menampilkan proyek-proyek terbaik di feed Instagram sehingga menciptakan tampilan visual yang menarik dan mengesankan bagi pengunjung profil instagram untuk menunjukkan keunggulan sablonan dan betapa detailnya pekerjaan yang dilakukan Manusia sablon.
- c. Sales Promotion melakukan promosi dan memberikan bonus dan treatment yang baik kepada pelanggan di Manusia Sablon sehingga pelanggan merasa dihargai dan diberi perhatian khusus cenderung maka pelanggan akan berbicara baik (Word-of-mouth) tentang bisnis sablon kepada teman, keluarga, dan kenalan mereka.
- d. Manusia sablon melakukan *Sponsorship* dengan mengadakan event dan melakukan proses pensablonan secara langsung untuk menunjukkan karakteristik unik dan kualitas hasil sablonan mereka.
- e. Pada unsur *Public Relations*, Manusia Sablon berusaha untuk membangun citra merek yang kuat karena branding menjadi hal yang penting.

- f. Pada unsur *Point Of Purchase*, Manusia sablon menerapkan *Point Of Purchase Communication* merupakan salah satu tujuan utama untuk menarik perhatian konsumen saat para konsumen berada di dalam toko. Hal ini dapat dicapai dengan menggunakan berbagai strategi visual dan promosi yang mencolok, seperti tampilan produk yang menarik, banner promosi, atau signage yang mencolok.
3. *New Media* yang digunakan Manusia sablon adalah Instagram. Implementasi pemasaran Manusia sablon dengan menggunakan instagram ialah saat media tersebut sedang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, Manusia Sablon berhasil menciptakan pasar Manusia sablon sendiri. Penggunaan media sosial ini membantu Manusia Sablon dalam mencapai target audiens, memperkenalkan brand Manusia Sablon, dan menarik pelanggan potensial yang membutuhkan layanan sablon dari Manusia Sablon.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, penulis memberikan saran yang sekiranya dapat berguna bagi penulis selanjutnya, diantaranya yaitu:

1. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan sumber rujukan serta dapat memberikan pengetahuan baru dan menambah wawasan terkait Implementasi Pemasaran Digital Di Industri Sablon. Melalui penelitian ini pula bisa memberikan literasi terhadap peneliti selanjutnya dan media sosial dalam penelitian kedepannya.

2. Diharapkan untuk bisa memanfaatkan serta menggunakan media sosial Instagram dengan sebaik-baiknya dalam proses Implementasi pemasaran di biladang konveksi sablon melalui Instagram, serta bisa terus berkarya dalam hal positif melalui Instagram.

