**BAB V**

**PENUTUP**

1. **Simpulan**

Hasil dari penelitian ini adalah dalam penerapan dan pelaksaan digital marketing UKM Central Bengkel Tas melalui *website* sudah ada beberapa elemen yang sudah digunakan oleh UKM Central Bengkel Tas. UKM Central Bengkel Tas juga mengatakan bahwa website menjadi salah satu alat untuk promosi. Tidak hanya itu, melakukan kegiatan promosi melalu website juga tidak membutuhkan biaya yang besar seperti halnya beriklan di majalah, radio ataupun televisi. *Digital marketing* dapat digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi dan media digital.

UKM Central Bengkel Tas menggunakan *website* untuk kegiatan pemasarannya dan juga promosi produk miliknya. Kementerian Koperasi dan UKM telah merilis rasio wirausaha tahun 2016 di tanah air mencapai 3,1% meningkat dari rasio sebelumnya 1,67%. Artinya, rasio kewirausahaan Indonesia sudah melampui batas minimal rasio kewirausahaan sebuah negara, yakni 2%. UKM Central Bengkel Tas memilih menggunakan internet dalam pemasaran karena sekarang ini hampir seluruh masyarakat menggunakan internet tidak hanya untuk hiburan tetapi juga mencari kebutuhan mereka dan juga dengan memanfaatkan internet masyarakat yang awalnya tidak tahu menjadi tahu, dapat diakses oleh semua kalangan dalam jangkauan yang jauh sekaligus.

Keuntungan menggunakan *website* adalah tidak lagi memerlukan distributor karena langsung berhadapan atau berinteraksi dengan konsumen. Lalu, penggunaan *website* yang dilakukan UKM Central Bengkel Tas memperluas pasar mereka. Maka dari itu sangat perlu membangun sebuah *website* sejak awal membuka usaha.

Dengan adanya *website*, segala informasi mengenai UKM Central Bengkel Tas terjabar dengan rapi di *website* miliknya sehingga pelanggan yang berkunjung di *website* langsung dapat mengetahui produk apa saja yang dijual oleh UKM Central Bengkel Tas. Setiap pelanggan yang ingin membeli produk UKM Central Bengkel Tas terdapat informasi berupa deskripsi produk secara detail seperti harga barang, bahan tas, bahan sleting, ukuran, warna, berat, dan sebagainya.

Pemanfaatan *website* juga memudahkan antara penjual dan pembeli dalam berkomunikasi karena komunikasi yang terjalin bersifat dua arah. Komunikasi ini pun juga tidak berhenti ketika konsumen sudah membeli barang UKM Central Bengkel Tas. Setelah membeli produknya pun konsumen masih dapat berkomunikasi dengan penjual apabila terjadi kesalahan dalam pembuatan atau kerusakan barang. Komunikasi yang dilakukan juga dapat membangun hubungan dengan konsumen sehingga konsumen kedepannya dapat membeli produk UKM Central Bengkel Tas jika membutuhkan.

Menurut pemilik UKM Central Bengkel Tas mengetahui latar belakang konsumennya tidaklah begitu penting. Baginya, di dalam dunia bisnis yang terpenting adalah penjual dan pembeli melakukan transaksi sesuai aturan, serta pengerjaan yang dilakukan oleh tim dari harus profesional seperti menjaga kualitas dan ketepatan waktu dalam pengerjaan sebuah pesanan konsumen, karena jika konsumen puas maka pemilik merasa konsumen akan kembali lagi produknya jika puas dengan pelayanan dan hasil produk yang mereka buat.

Tetapi, dengan adanya pemanfaatan *website* terdapat riset yakni kebanyakan konsumen Central Bengkel Tas adalah orang-orang dari pemerintahan. Hal ini juga disebutkan langsung oleh pemilik usaha. Banyak anggota pemerintahan yang menggunakan jasa Central Bengkel Tas untuk membuatkan tas jumantik atau tas kesehatan untuk kegiatan seminar pemerintah.

UKM Central Bengkel Tas juga cukup rajin dalam mengubah konten *website* miliknya seperti mengunggah barang baru dan menghapus barang-barang yang sudah habis. Dalam *website* milik UKM terdapat *menu filter bar* yang fungsinya memudahkan konsumen mencari berdasarkan kategori produk dan menyaringnya berdasarkan harga, ukuran, warna, dan lain-lain sesuai dengan kebutuhannya.

*Website* Central Bengkel Tas memiliki fitur *multi-channel* yang dapat menghubungkan *website* ke media sosial milik UKM Central Bengkel Tas. Namun dalam *website* tidak memiliki fitur *callback*  yang bertujuan agar konsumen yang ingin melakukan komunikasi dapat langsung terhubung dengan UKM Central Bengkel Tas. Tetapi di dalam *website* dicantumkan nomor telepon bagi konsumen yang mau menguhubungi penjual. UKM Central Bengkel tas menghargai privasi, keamanan, dan kenyamanan konsumennya sebagai contoh tidak menyebarluaskan data-data pribadi konsumen yang terdaftar dalam *website* Central Bengkel Tas.

UKM Central Bengkel Tas untuk saat ini belum optimal dalam pemanfaatan *website* miliknya. Central Bengkel juga tidak aktif dalam media sosial maupun *marketplace* karena UKM Central Bengkel Tas memiliki sumber daya manusia yang terbatas. Hal tersebut membuat pemilik Central Bengkel Tas harus mengelola *website* miliknya dan juga mengatur kegiatan produksi secara bersamaan. UKM Central Bengkel Tas lebih memilih dan fokus terhadap pesanan dengan jumlah yang banyak karena lebih menguntungkan dan tidak perlu menghitung modal di awal pembuatan karena dapat menyesuaikan anggaran dengan konsumennya. Hal ini berbanding terbalik dengan *marketplace* yaitu harus mengetahui dengan pasti harga jualnya.

1. **Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Peneliti memberikan beberapa saran bagi pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yang dibagi menjadi dua sebagai berikut:

1. **Saran Akademis**

Peneliti menyarankan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan, dengan cara mengadakan wawancara atau penyebaran kuesioner yang lebih luas guna mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Penelitian selanjutnya disarankan dapat dilakukan dengan teknik pengumpulan data yang lebih lengkap dengan melalui studi pustaka dan literatur dari sumber yang lebih luas.

1. **Saran Praktis**

Peneliti menyarakan kepada berbagai UKM Central Bengkel Tas harus mulai aktif dalam menggunakan media sosial dalam melaksanakan kegiatan pemasaranagar lebih kreatif dan inovatif serta mampu memanfaatkan berbagai fitur baru yang disediakan oleh media sosial sehingga pemasarannya dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Peniliti juga menyarakan UKM Central Bengkel Tas juga aktif dalam *marketplace* untuk lebih mengembangkan lagi bisnisnya. Sekarang ini *marketplace* dapat memasukan harga grosiran sehingga pemilik Central Bengkel Tas tidak perlu lagi menghitungkan modal satuan dari produknya.