

BAB 9

KESIMPULAN

9.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil implementasi yang telah dilakukan didapatkan beberapa kesimpulan pada penelitian di RORI Konveksi yaitu sebagai berikut.

- a. Strategi promosi melalui media sosial terpilih karena memiliki banyak fitur untuk mendukung promosi RORI Konveksi. Selain itu promosi menggunakan Instagram tidak mengeluarkan biaya dan tidak perlu melakukan penambahan tenaga kerja.
- b. Terjadinya peningkatan penjualan pada RORI Konveksi sebesar 17% dari Rp 15.530.000 menjadi Rp 18.095.000 dengan penjualan yang berasal dari media sosial Instagram yaitu pesanan kaos sebesar Rp 3.540.000 atau 20% dari penjualan selama implementasi satu bulan dengan promosi melalui Instagram.

9.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada RORI Konveksi, terdapat beberapa saran yang diberikan adalah sebagai berikut.

- a. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan keseluruhan atribut pada *marketing mix* yaitu *product, price, place, & promotion* karena pada penelitian ini hanya difokuskan pada atribut promosi.
- b. Penelitian selanjutnya dapat melakukan promosi pada media sosial selain Instagram misalnya pada Tiktok dan Facebook.

DAFTAR PUSTAKA

- Abriyoso, O., Ilyas, I., Maryati, M., Syafnur, M., Basyid, A., Fauzar, S., dan Handayani, N. S. 2023. STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA DALAM MEMPERLUAS PANGSA PASAR SERTA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK KERIPIK UBI DI RW 01 RT 01 DESA GUNUNG KIJANG. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 13172-13176. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/23660>
- Alberta, H., dan Wijaya, L. S. 2021. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan *Brand Awareness*. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(1), 1. https://www.researchgate.net/profile/Lina-Wijaya-2/publication/359697868_Analisis_Strategi_Komunikasi_Pemasaran_Terpadu_dalam_Meningkatkan_Penjualan_dan_Brand_Awareness/links/629640d6c660ab61f8553a27/Analisis-Strategi-Komunikasi-Pemasaran-Terpadu-dalam-Meningkatkan-Penjualan-dan-Brand-Awareness.pdf?origin=journalDetail&_tp=eyJwYWdlIjoiam91cm5hbERldGFpbCJ9
- Amanda, S.R. 2022. Strategi Pemasaran Digital Marketing untuk meningkatkan jumlah Penjualan Paket Wisata Lombok. *Jurnal Politeknik Pariwisata Lombok*, 1(1), 18-22. <https://ejournal.ppl.ac.id/index.php/mandalika/article/view/4/3>
- Aziza, N., dan Setiaji, F. B. 2020. Pengendalian kualitas produk mebel dengan pendekatan metode new seven tools. *Teknika: Engineering and Sains Journal*, 4(1), 27-34. https://www.researchgate.net/profile/Nurul-Aziza/publication/349370903_PENGENDALIAN_KUALITAS_PRODUK_MEBEL_DENGAN_PENDEKATAN_METODE_NEW_SEVEN_TOOLS/links/606abe78a6fdccad3f71a141/PENGENDALIAN-KUALITAS-PRODUK-MEBEL-DENGAN-PENDEKATAN-METODE-NEW-SEVEN-TOOLS.pdf
- Covey, S. R. 2016. *The 7 Habits of Highly Effective People: Powerful Lessons in Personal Change*. Mango
- Devi, P.Z.C dan Triyuni, N.N. 2021. *Marketing mix Strategies to Increase Revenue of Le Vista Restaurant, Chamonix, France*. *International Journal of Glocal*

- Tourism, Politeknik Negri Bali*, 2(4), 185-197.
<https://ejournal.sidyanusa.org/index.php/injogt/article/view/118/72>
- Dirbawanto, N. D., dan Adlina, H. 2022. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Penjualan di Era New Normal. *Jurnal Ecogen*, 5(1), 136-143.
<https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/article/view/12844/4988>
- Gumilang, R. R. 2019. Implementasi digital marketing terhadap peningkatan penjualan hasil home industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9-14. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/25/26>
- Gustino, D. 2019. Eisenhower matrix. *School of Information System Binus*.
<https://sis.binus.ac.id/2019/03/05/eisenhower-matrix/>
- Haryati, S., Mursito, B., dan Sudarwati. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada PT Dinar Hadi Surakarta. *Jurnal Prodi Manajemen FE UNIBA Surakarta*, 14-151.
<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/443/278>
- Khamidi, S. 2013. Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Penjualan (Studi Kasus pada Perusahaan Konveksi “Faiza Bordir” Bangil–Pasuruan) (*Doctoral dissertation, Brawijaya University*).
<https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=189556&val=6468&title=PENGARUH%20DIVERSIFIKASI%20PRODUK%20TERHADAP%20PENJUALAN%20Studi%20Kasus%20pada%20Perusahaan%20Konveksi%20Faiza%20Bordir%20Bangil%20%20Pasuruan>
- Kosasi, S. 2015. Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Dalam Memasarkan Mobil Bekas. *Creative Information Technology Journal*, 3(1), 1-14. <http://citec.amikom.ac.id/main/index.php/citec/article/view/61>
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2018. *Principles of marketing* (17th ed.). Amsterdam: Hoboken.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2012. *Marketing management* (14th ed.). New Jersey, US: Pearson Education, Inc.
- Laksana, T. N., dan Waluyo, M. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT dan BCG di PT. XYZ. *Juminten* 2(2), 96-107.
<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1984258&val=2>

1200&title=Analisis%20Strategi%20Pemasaran%20Dengan%20Metode%20SWOT%20dan%20BCG%20di%20PT%20XYZ

- Maghfiroh, M.F.N., Janari, D., Indrawati, S., & Purnomo, M.R.A. 2022. Analisis SWOT untuk Digitalisasi Strategi Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Bambu. *Jurnal Teknik Industri Universitas Islam Indonesia*, 3(2), 1-11. <https://journal.uui.ac.id/JATTEC/article/download/23835/13871/71748>
- Masnita, Y., Nurhaida, D., dan Arafah, W. 2024. Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Sebagai Strategi Memperluas Pangsa Pasar Bagi Komunitas UMKM Indonesia Terpadu (DUIT). *Jurnal Abdikaryasakti*, 4(1), 1-22. <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/abdisakti/article/view/16510>
- Qolbi, M. F., Praptono, B., dan Ma'ali El Hadi, R. 2021. Perancangan Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode QSPM (Studi Kasus: Idaman Busana Bandung). *eProceedings of Engineering*, 8(5).
- Rachmawati, R. 2011. Peranan bauran pemasaran (*marketing mix*) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2). https://www.academia.edu/download/38643336/BAURAN_PEMASARAN.pdf
- Rismawati, F. F., Wahyuni, S., dan Widodo, J. 2019. Strategi Pemasaran Stp (Segmenting, Targeting, Positioning) Larissa Aesthetic Center Cabang Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 68-72. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPE/article/view/10793>
- Tamara, A. 2016. Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Produk Mandiri Tabungan Bisnis (Tamara) 395. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 395–406. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/12751>
- Wardhani, G. K., dan Saputro, E. P. 2022. Strategi Komunikasi Toko Batik Dewo Dalam Memperluas Segmen Pasar Melalui Media Sosial Whatsapp (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*). <https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/105228>
- Wulandari, A.R. 2021. Strategi Pemasaran Digital Melalui Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Penjualan Ditengah Pandemi COVID 19. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang*.

https://repository.unisma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/2662/3/S1_EKO_NOMI_MANAJEMEN_21701081368_AYU%20RIZKI%20WULANDARI.pdf

Yuliady, F dan Madja, N.M.E. 2022. *Marketing mix* Dalam Pemasaran Digital Brand Hijab Rayyah Dan Peran Brand Hijab Rayyah Dalam Industri Kreatif Sub-Sektor Fashion. *Jurnal Universitas Airlangga*, 18(1), 51-61.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/article/view/50377/26299>



LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara	
Stakeholder	Pemilik
Tujuan Wawancara	Mengetahui informasi mengenai RORI Konveksi dan melakukan identifikasi masalah yang ada
Pertanyaan	Jawaban
Usaha konveksi ini sudah berapa tahun berjalannya ya Mas?	Usaha ini sudah berdiri sejak 2017 sampai sekarang berarti sudah 7 tahun
Untuk yang dijual pakaian apa saja Mas?	Untuk pembuatan pakaian kami melayani pembuatan kaos, korsa, jas almamater, dasi, topi, seragam olahraga, polo berkerah, dan bordir
Apakah ada jenis pakaian yang tidak bisa dikerjakan atau diterima orderannya di konveksi RORI Konveksi Mas?	Semuanya bisa dikerjakan asalkan terdapat gambaran jelas dari <i>customer</i>
Item yang paling laku dan yang kurang laku ada tidak Mas?	Untuk item yang paling laris biasanya kaos dan korsa sedangkan untuk yang kurang laris itu jas atau almamater
Jenis bahan yang digunakan RORI Collection apa saja Mas? Dan pembeliannya dilakukan di mana saja Mas?	Jenis bahan saya menggunakan kaos combed 20s, combed 24s, combed 30s, polo lacos CVC, unione, namura, nagata, america drill, loto, adidas, dan deodora yang saya ambil dari 3 vendor wilayah Yogyakarta, Klaten, dan Solo
Untuk semua jenis pakaian berarti membuat sendiri atau ada yang dikirimkan ke vendor ya Mas?	Ada yang dipesan melalui vendor. Jadi biasanya untuk yang seperti dasi dan topi itu kami ambil dari vendor kalau pesanan overload.
Di tempat konveksi ini minimal pembeliannya berapa mas? Dan apakah bisa custom?	Untuk di konveksi kami minimal pembelian 6 pcs, lalu pakaian bisa custom sesuai dengan keinginan pelanggan. Kami menerima desain yang dikirimkan oleh pelanggan dan selain itu juga kami dapat membuat desain yang diinginkan oleh pelanggan apabila pelanggan belum membuat desain

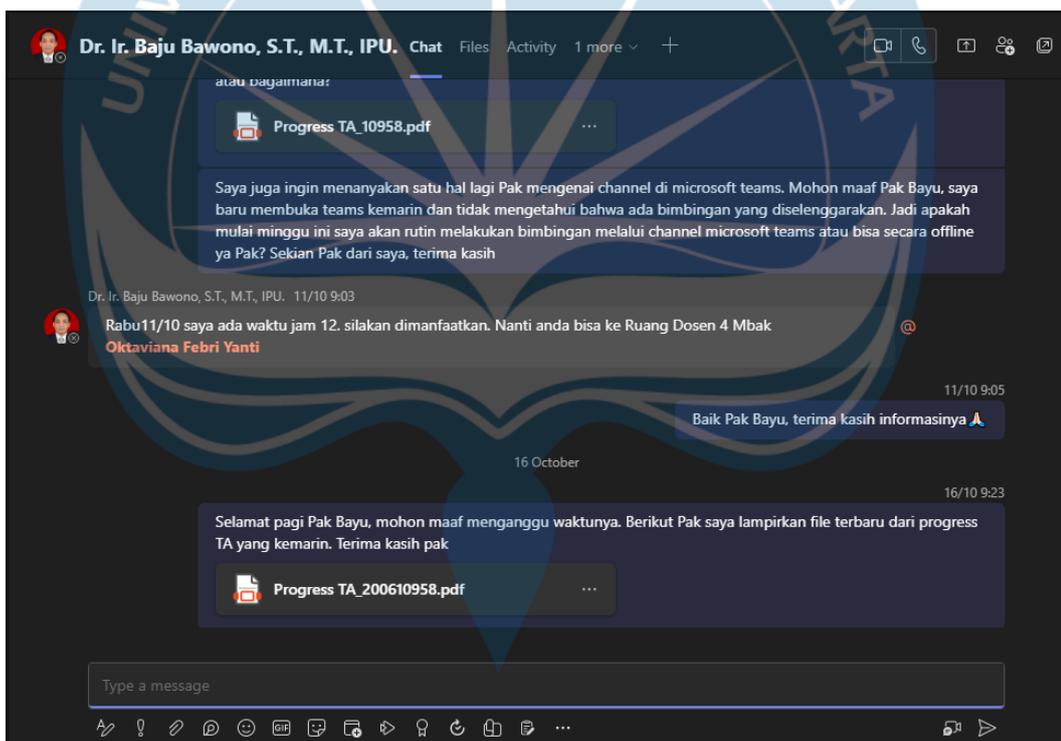
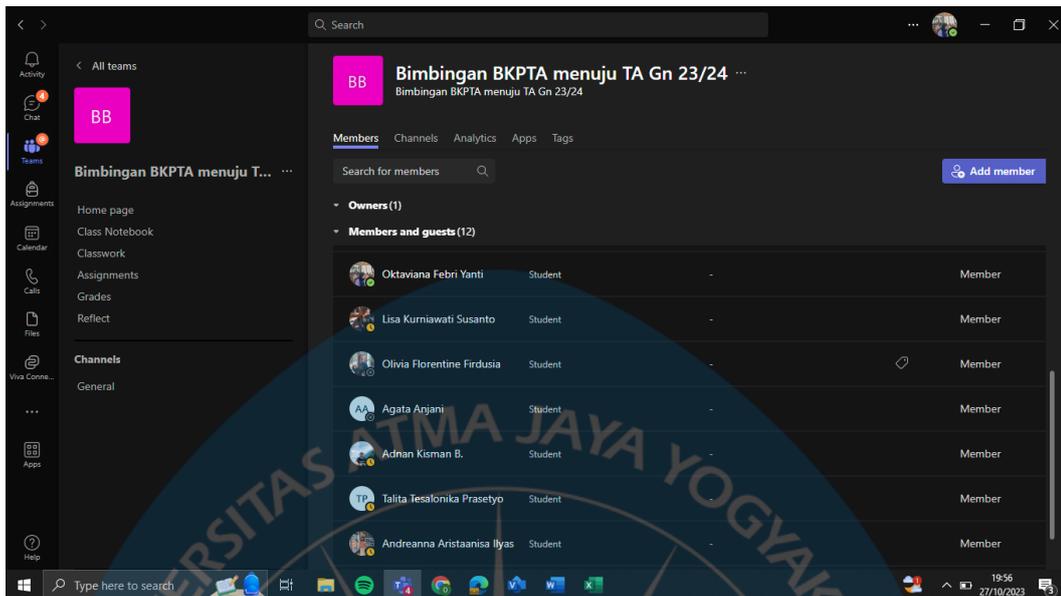
Transkrip Wawancara	
Stakeholder	Pemilik
Tujuan Wawancara	Mengetahui informasi mengenai RORI Konveksi dan melakukan identifikasi masalah yang ada
Pertanyaan	Jawaban
Berarti pemesanan bisa dikatakan by order pelanggan ya Mas?	Iya betul
Proses penerimaan order dan pembuatan pakaiannya bagaimana urutannya Mas?	Jadi gini saya jelaskan dari awal penerimaan order dulu. Penerimaan order dilakukan ketika <i>customer</i> dan saya sudah sepakat untuk warna kain, jenis kain, dan model. Ketika sudah sepakat dan pelanggan sudah menyetujui harga dan kriteria yg tadi sudah saya sebutkan maka order akan diproses. Lalu untuk proses pembuatannya diawali dengan pembelian kain. Namun apabila kain di vendor kosong maka biasanya saya akan membeli pada vendor lain atau menunggu ketersediaan kain. Setelah kain didapatkan maka akan masuk ke proses pengukuran dan pemotongan kain. Dilanjutkan dengan menggabungkan kain sesuai dengan desain dan bentuk pesanan dengan dijahit. Setelah itu apabila kaos atau seragam olahraga maka kaos polos yang sudah jadi akan masuk ke proses pencetakan desain dengan menggunakan mesin press atau bisa juga dengan manual. Namun apabila korsa atau almamater maka dilakukan proses bordir terlebih dahulu. Apabila semua pesanan sudah dibuat masuk ke pengemasan dan dilanjutkan pengiriman
Untuk pengirimannya melalui ekspedisi atau bagaimana Mas?	Pengiriman biasanya saya sendiri yang mengirimkan atau terkadang <i>customer</i> yang mengambil langsung ke konveksi
Yang jadi hal yang berbeda di konveksi ini ada tidak ya Mas? Karena terkadang beberapa usaha memiliki keunikan tersendiri	Disini bisa order minimal 6 pcs jadi bagi yang akan membuat baju tapi hanya berjumlah 6 pcs itu saya masih menerima. Di tempat lain biasanya minimalnya 12 pcs lalu desain bisa kami buat juga. Selain itu kami juga menerima segala pesanan konveksi asalkan alat tersedia dan dapat melakukan pembuatan produk yang diinginkan

Transkrip Wawancara	
Stakeholder	Pemilik
Tujuan Wawancara	Mengetahui informasi mengenai RORI Konveksi dan melakukan identifikasi masalah yang ada
Pertanyaan	Jawaban
Untuk masalah yang ada di RORI Konveksi ini apa saja ya Mas?	Untuk masalah itu biasanya saya menunggu order pelanggan dan sedangkan pelanggan mengetahui informasi mengenai konveksi itu hanya dari mulut ke mulut karena saya tidak mempunyai tenaga pemasaran jadi biasanya yang memesan itu yang sudah memesan sebelumnya. Lalu untuk katalog saya juga belum punya beserta dengan <i>pricelist</i> karena memang tidak ada yang membuat dan saya tidak tahu cara membuatnya jadi pelanggan itu selalu nanya saya. Untuk ketersediaan kain yang sudah saya jelaskan di awal juga terkadang menjadi masalah apabila kain tidak ada.
Konveksi RORI ini mempunyai target apa ya Mas untuk kedepannya?	Saya pengennya pendapatan meningkat lalu pemasaran juga tersedia sehingga jangkauan target pasarnya lebih meluas dan konveksi dapat dikenal banyak orang.

Transkrip Wawancara	
Stakeholder	Customer Dimas
Tujuan Wawancara	Mengetahui informasi mengenai <i>customer</i> yang pernah melakukan pembelian terkait improvement
Pertanyaan	Jawaban
Apakah pernah memesan pembuatan pakaian di RORI Konveksi Kak?	Ya saya pernah
Pakaian apa yang pernah dipesan di konveksi? Dan jumlahnya berapa?	Saya pernah membuat kaos berjumlah 1 lusin, 30 pcs juga pernah
Pada saat memesan memilih bahan jenis apa dan alasannya?	Saya memilih bahan dengan material combed 24 dan 30 s alasannya nyaman dan dingin ketika dipakai
Biasanya berapa hari atau minggu jadinya Kak? Apakah pernah terjadi masalah dalam pengirimannya?	Biasanya sekitar 1 minggu sampai 2 minggu tergantung antrian. Terkadang malah bisa dikirim lebih cepat dari kesepakatannya. Jadi saya tidak ada masalah dengan pengiriman produk
Untuk kendala atau masalah lain apakah ada Kak? Misalkan dari awal pemesanan hingga pengiriman?	Kalau masalah pengiriman saya tidak ada masalah mungkin ketika akan melakukan pemesanan saja itu biasanya saya nanya nanya dulu melalui WhatsApp pemiliknya atau terkadang saya harus datang ke tempat konveksi untuk sekedar bertanya karena terkadang itu pemilik slow respond
Selain itu apakah ada lagi Kak?	Mungkin untuk harga, bahan, dan pilihan warna bisa dibuatkan, jadi tinggal kirim saja foto atau gambarnya jadi pelanggan seperti saya tidak bertanya tanya terus dan mungkin bisa dibuatkan sosial media untuk contoh baju yang pernah dibuat
Dari Kak Dimas mungkin ada saran dan masukan untuk RORI Konveksi?	Ya itu tadi bisa dibuatkan kebutuhan untuk pelanggan dalam kelancaran dan kemudahan pemesanan dan bisa melihat contoh hasil dari konveksi RORI ini supaya memudahkan semua pihak.

Transkrip Wawancara	
Stakeholder	Pekerja Menjahit
Tujuan Wawancara	Mengetahui informasi masalah pada saat proses pembuatan produk
Pertanyaan	Jawaban
Ibu bekerja dari jam berapa Bu di konveksi ini?	Saya bekerja dari jam 8 pagi sampai jam 4 sore Mbak
Pakaian yang pernah dibuat apa saja Bu?	Saya pernah membuat kaos, almamater, korsa, seragam olahraga, seragam sekolah, dan masih banyak lagi Mbak
Ibu pernah mengalami kendala atau masalah yang pernah dialami ketika proses pembuatan produk Bu?	Masalah paling di mesin jahit Mbak ketika rusak. Tapi jarang terjadi sih. Cuma kalau mesin rusak berarti proses pembuatan produknya jadi terhenti dan harus dilakukan perbaikan mesin.
Untuk masalah atau kendala yang lain apakah ada Bu?	Yang lain itu untuk produk yang setengah jadi dan produk jadi Mbak. Disini ga ada tempatnya jadi saya hanya langsung menaruh pada tempat yang kosong saja. Selain itu sisa kain bekas pemotongan saya hanya mengumpulkan diplastik dan menaruhnya didepan
Untuk pakaian yang menyebar dan ditaruh di tempat yang kosong apakah mengganggu Bu?	Tidak mengganggu Mbak. Saya saja hanya duduk di mesin jahit dan misalkan mau melewati pakaian yang sudah saya letakan di lantai yang kosong ya masih bisa.

Lampiran 2. Bukti Dosen Pembimbing



Lampiran 3. Dokumentasi Observasi dan Wawancara



Lampiran 4. Data Penjualan dan Pendapatan Bulan September hingga November 2023

Periode: September 2023				
Tanggal	Harga (Rp)	Jumlah (pcs)	Deskripsi Pemasukkan	Total Penjualan (Rp)
03/09/23	120.000	12	Korsa	1.440.000
05/09/23	95.000	50	Seragam olahraga	4.750.000
10/09/23	125.000	15	Korsa	1.875.000
11/09/23	50.000	16	Kaos	800.000
16/09/23	60.000	12	Kaos	720.000
21/09/23	50.000	36	Kaos	1.800.000
22/09/23	10.000	100	Dasi	1.000.000
25/09/23	90.000	60	Seragam olahraga	5.400.000
TOTAL				17.785.000

Periode: Oktober 2023				
Tanggal	Harga (Rp)	Jumlah (pcs)	Deskripsi Pemasukkan	Total Penjualan (Rp)
04/10/23	80.000	30	Seragam olahraga	2.400.000
15/10/23	50.000	44	Kaos	2.200.000
20/10/23	70.000	140	Kaos Pollo	9.800.000
23/10/23	50.000	6	Kaos	300.000
TOTAL				14.700.000

Periode: November 2023

Tanggal	Harga (Rp)	Jumlah (pcs)	Deskripsi Pemasukkan	Total Penjualan (Rp)
10/11/23	45.000	250	kaos	11.250.000
11/11/23	50.000	24	kaos polo	1.200.000
20/11/23	115.000	12	korsa	1.380.000
25/11/23	55.000	5	kaos polo	275.000
TOTAL				14.105.000

Lampiran 5. Jadwal Kegiatan Tugas Akhir

JADWAL KEGIATAN TUGAS AKHIR	
Waktu (Kelas BKPTA)	Rincian Kegiatan
Pertemuan Minggu 1	Mencari objek TA
Pertemuan Minggu 2	Observasi objek dan melakukan wawancara dengan <i>stakeholders</i>
Pertemuan Minggu 3	Observasi, melakukan wawancara, melakukan pemetaan masalah, menentukan rumusan masalah, menentukan tujuan, dan menentukan batasan permasalahan pada objek TA
Pertemuan Minggu 4	Mencari tinjauan pustaka yang sesuai dengan permasalahan objek yang dipilih
Pertemuan Minggu 5	Merevisi pada bab 1 dan bab 2, membuat daftar pustaka
Pertemuan Minggu 6	Merevisi bab 1 dan 2 sesuai dengan hasil bimbingan
Pertemuan Minggu 7	Merevisi bab 1 dan 2 sesuai dengan hasil bimbingan
Pertemuan Minggu 8	Merevisi bab 1 dan 2 sesuai dengan hasil bimbingan
Pertemuan Minggu 9	Mencari dan menentukan alternatif solusi, alternatif metode, dan tools yang akan digunakan dalam penyelesaian objek TA
Pertemuan Minggu 10	Merevisi alternatif solusi, alternatif metode, dan tools sesuai dengan hasil bimbingan
Pertemuan Minggu 11	Mencari referensi, mengerjakan dasar teori pada bab 2, dan merevisi file sesuai hasil bimbingan
Pertemuan Minggu 12	Mencari referensi, mengerjakan dasar teori pada bab 2, dan merevisi file sesuai hasil bimbingan
Pertemuan Minggu 13	Membuat diagram alur pada tahap empathize, define, ideate, prototype, test sesuai dengan objek
Pertemuan Minggu 14	Merevisi diagram alur pada tahap empathize, define, ideate, prototype, test sesuai dengan objek sesuai dengan hasil bimbingan
Pertemuan Minggu 15	Melengkapi dan merevisi bagian yang kurang tepat pada bab 1,2,3, dan 4
Pertemuan Minggu 16	Melengkapi dan merevisi bagian yang kurang tepat pada bab 1,2,3, dan 5

Lampiran 6. Turnitin

Laporan TA_Oktaviana Febri Yanti_200610958.pdf

ORIGINALITY REPORT

3%	4%	1%	1%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1%
2	proceeding.winco.cilacapkab.go.id Internet Source	<1%
3	jurnal.unprimdn.ac.id Internet Source	<1%
4	skyscraperpage.com Internet Source	<1%
5	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1%
6	es.scribd.com Internet Source	<1%
7	www.kitapunya.net Internet Source	<1%
8	ojs.uajy.ac.id Internet Source	<1%
9	repository.its.ac.id Internet Source	<1%