

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- A. Strategi *Digital Marketing* UD. Bukhori Ahmad Meubel Di Desa Sindang Mekar Kabupaten Cirebon yaitu *WhatsApp, Facebook, Instagram* dan *tiktok*.
- B. Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UD. Bukhori Ahmad Meubel.

Faktor Pendukungnya yaitu Jangkauannya luas, Dapat di akses kapanpun tidak terbatas waktu, Lebih mudah mendapatkan informasi terbaru, Lebih mudah interaksi, biaya lebih rendah dan efektif.

Faktor penghambatnya yaitu Pesaing, kepuasan pembelian dan Jarak.

- C. Dampak Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ud. Bukhori Ahmad Meubel

Dampak sosial nya yaitu jangkauan luas, mudah menentukan sasaran konsumen, pelayanan lebih maksimal kepada konsumen dan mudah mendapatkan konsumen.

Dampak positif ekonomi yaitu meningkatkan volume penjualan, transaksi lebih mudah, mengurangi risiko biaya dan usaha dapat berkembang. dampak negative dari ekonomi yaitu penipuan dan pembayaran macet.

B. Saran

Sebaiknya strategi *digital marketing* UD. Bukhori Ahmad Meubel dalam mempromosikan produknya itu menggunakan E-commerce, iklan digital dan membuat video yang di dalamnya itu terdapat edukasi. Agar dapat di kenali para konsumen secara lebih luas dan menarik perhatian para konsumen sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.