

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

Setelah menerapkan berbagai strategi dalam rancangan program, berikut adalah hasil dan analisis dari efektivitas program yang telah dilakukan:

1. Hasil Implementasi Program Digital Marketing dan Optimasi Penjualan Online

a. Website & SEO Optimization

- Website berhasil dibuat dengan fitur katalog produk, pemesanan online, dan fitur desain custom.
- Setelah 3 bulan optimasi SEO, traffic website meningkat hingga 40% dibandingkan sebelumnya.
- Rata-rata waktu yang dihabiskan pengunjung di website bertambah, menunjukkan ketertarikan terhadap produk.

b. Media Sosial & Iklan Berbayar

- Engagement media sosial meningkat secara signifikan:
 - Instagram: Kenaikan jumlah pengikut sebanyak 25% dalam 3 bulan.
 - TikTok: Video promosi dengan konsep challenge berhasil mendapatkan lebih dari 50.000 views.
 - Facebook & Instagram Ads menghasilkan CTR (Click-Through Rate) sebesar 3.5%, lebih tinggi dari rata-rata industri fashion online (2-3%).
- Retargeting Ads berhasil meningkatkan konversi sebesar 15%, terutama dari pengunjung website yang sebelumnya meninggalkan keranjang belanja.

Analisis :

Pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan awareness dan jangkauan pasar, namun perlu optimalisasi lebih lanjut dalam retargeting agar konversi meningkat lebih tinggi.

2. Hasil Program Branding dan Peningkatan Kepercayaan Pelanggan

a. Kolaborasi dengan Influencer & Komunitas Fashion

- Kampanye kolaborasi dengan micro-influencer menghasilkan peningkatan kunjungan ke website sebanyak 30%.
- Beberapa pelanggan baru berasal dari rekomendasi influencer yang mempromosikan produk.

b. Testimoni dan Ulasan Pelanggan

- 80% pelanggan yang diberi insentif memberikan ulasan positif dengan rating rata-rata 4.7/5 di website dan marketplace.
- Konten testimoni pelanggan di media sosial berhasil meningkatkan kepercayaan calon pelanggan baru.

Analisis :

Brand awareness meningkat secara signifikan melalui kolaborasi dan testimoni pelanggan. Kepercayaan pelanggan juga meningkat, terlihat dari kenaikan tingkat konversi dari pengunjung menjadi pembeli.

3. Hasil Program Promo dan Peningkatan Konversi Penjualan

a. Promo Diskon & Cashback

- Promo diskon pembelian pertama berhasil menarik pelanggan baru, dengan tingkat konversi sebesar 20% lebih tinggi dibandingkan periode tanpa promo.
- Cashback untuk pelanggan yang membagikan produk di media sosial meningkatkan user-generated content, yang secara tidak langsung meningkatkan exposure brand.

b. Referral & Loyalty Program

- 15% dari pelanggan baru datang dari program referral.
- Pelanggan yang bergabung dalam program loyalty memiliki tingkat repeat order lebih tinggi dibanding pelanggan biasa.

4. Hasil Program Diversifikasi Produk dan Inovasi Layanan

a. Varian Produk Baru

- Produk kaos dengan bahan premium dan oversized fit lebih diminati, berkontribusi terhadap 25% dari total penjualan baru.
- Produk tambahan seperti hoodie dan tote bag custom mendapatkan respon positif, namun masih memerlukan lebih banyak pemasaran.

b. Layanan Express & Pre-Order

- Layanan cetak cepat mendapatkan banyak permintaan, terutama dari pelanggan yang membutuhkan pesanan dalam waktu singkat.
- Sistem pre-order untuk desain spesial mendapat animo tinggi, terutama untuk edisi terbatas dengan tema tertentu.

Analisis :

Diversifikasi produk meningkatkan daya tarik bisnis dan membuka peluang pasar baru. Namun, perlu evaluasi lebih lanjut terhadap kapasitas produksi agar layanan express tetap dapat berjalan lancar.

4.2. Pembahasan

Dapat dilihat Usaha APINIKU.CO mendapatkan progress yang cukup signifikan dengan menerapkan metode – metode seperti memanfaatkan digital marketing, meningkatkan pangsa pasar, dan semua yang telah dijelaskan diatas. Engage pada social media cukup meningkat, kunjungan profil sosial media juga meningkat dan pangsa pasar yang terus bertambah.