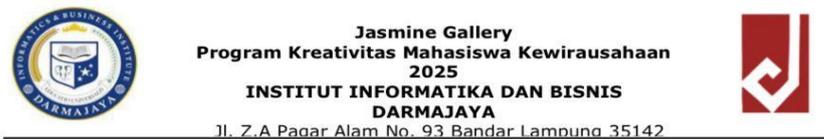


BAB IV

HASIL & PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Digital marketing sejatinya sudah diterapkan dalam usaha Jasmine Gallery, namun penerapannya masih belum maksimal. Hal ini terlihat dari media sosial yang jarang diperbarui, belum adanya pemasangan iklan berbayar, serta pengelolaan marketplace yang belum selesai dan optimal. Jasmine Gallery menerapkan strategi digital marketing melalui berbagai program yang telah dirancang dan diimplementasikan, serta melakukan pemantauan terhadap hasil penjualan. Berdasarkan penerapan digital marketing tersebut, diperoleh beberapa hasil yang signifikan, antara lain penjualan yang terus mengalami peningkatan, diperolehnya konsumen baru, serta kemampuan untuk memahami kebiasaan dan perilaku konsumen secara lebih mendalam.



Laporan Penjualan
Jasmine Gallery
PKM-K 2025

No	Tanggal	Nama Pembeli (Institusi/Individu)	Nama Produk	Qty Terjual	Harga Satuan	Total Penjualan
1	31 Juli 2025	SMK Negeri 3 Bandar Lampung	Vest A	5	Rp 200.000	Rp 1.000.000
			Vest B	10	Rp 185.000	Rp 1.850.000
2	31 Juli 2025	Pembeli Individu	Vest A	1	Rp 200.000	Rp 200.000
3	31 Juli 2025	Pembeli Individu	Vest B	1	Rp 185.000	Rp 185.000
			Tas	1	Rp 250.000	Rp 250.000
4	31 Juli 2025	Pembeli Individu	Vest B	1	Rp 185.000	Rp 185.000
5	31 Juli 2025	Pembeli Individu	Tas	1	Rp 250.000	Rp 250.000
6	31 Juli 2025	Pembeli Individu	Dompet	2	Rp 60.000	Rp 60.000
7	31 Juli 2025	Pembeli Individu	Dompet	1	Rp 60.000	Rp 60.000
8	31 Juli 2025	Pembeli Individu	Tas Tumbler	7	Rp 30.000	Rp 30.000
Total						Rp 4.310.000

Gambar 14 Laporan penjualan Jasmine Gallery

Berdasarkan laporan penjualan bulan Juli 2025, Jasmine Gallery berhasil memasarkan berbagai produk fesyen etnik modern seperti Vest A, Vest B, tas, dompet, dan tas tumbler dengan total pendapatan sebesar Rp4.310.000. Penjualan terbesar berasal dari SMK Negeri 3 Bandar Lampung yang memesan 5 pcs Vest A dan 10 pcs Vest B dengan total nilai Rp2.850.000. Selain itu, penjualan juga diperoleh dari beberapa pembeli individu untuk produk lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa Jasmine Gallery mulai mendapat respon positif dari pasar dan memiliki potensi pertumbuhan melalui strategi pemasaran digital serta inovasi produk berbasis wastra Lampung.

4.2 Pembahasan

Hasil yang diperoleh membuktikan bahwa penerapan digital marketing melalui media sosial merupakan strategi yang sangat tepat untuk mendukung program kewirausahaan seperti Jasmine Gallery. Di era digital ini, keberadaan bisnis di media sosial bukan lagi sekadar pilihan, melainkan sebuah keharusan. Dengan menggunakan digital marketing di Usaha Jasmine Gallery memberikan keuntungan bagi perusahaan sebagai berikut:

- a. Produk Jasmine Gallery bisa dikenal lebih luas, tidak terbatas oleh lokasi fisik, sehingga pelanggan potensial dari berbagai daerah bisa dijangkau.
- b. Dengan promosi online, produk seperti vest etnik, tas, dan pouch bisa dijual lebih konsisten
- c. Konten digital, seperti foto produk, video tutorial, dan testimoni, membantu membangun citra brand Jasmine Gallery sebagai usaha kreatif dan terpercaya.
- d. Banyak pelanggan baru