

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan pengkajian oleh peneliti tentang Pengembangan ekonomi kreatif UMKM berbasis *digital marketing* pada industri konveksi di Desa Suwaduk, Kecamatan Wedarijaksa, Kabupaten Pati, yang terfokuskan pada salah satu industri konveksi yaitu industri konveksi Chantika, maka pada penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengembangan ekonomi kreatif UMKM berbasis *digital marketing* pada industri konveksi di Desa Suwaduk, terutama pada industri konveksi Chantika, mempunyai beberapa hal dalam pengembangan yang dilakukan dalam kegiatan operasional sampai pemasaran, yaitu: a) pengembangan ekonomi kreatif dimulai dari menjadi reseller dan sampai sekarang berkembang dengan menciptakan produk sendiri, pemesanan dari konsumen hanya menggunakan media digital seperti WhatsApp, para konsumen merasa puas dengan kreativitas pendesain sablon dan baju yang sesuai dengan keinginan mereka. b) pengembangan ekonomi kreatif dan digital marketing tidak lepas dari prinsip ekonomi syariah. c) pemberdayaan masyarakat tercipta karena berdirinya industri konveksi Chantika, sebagai penyedia lapangan pekerjaan, menambah pendapatan masyarakat dan meningkatkan potensi desa lewat industri konveksi
2. Strategi *digital marketing* dalam melakukan promosi produk dengan memperhatikan segmentasi pasar, strategi-strategi *digital marketing* yang diterapkan industri konveksi di desa Suwaduk yaitu promosi secara terus-menerus, terutama pada sosial media yaitu Facebook dan WhatsApp, penyertaan kata-kata yang menarik konsumen untuk memesan barang dan menyertakan gambar baju atau kaos asli yang dapat meyakinkan konsumen dalam menarik konsumen.

B. Saran

Setelah dilakukannya kajian terkait pengembangan ekonomi kreatif UMKM berbasis *digital marketing* pada industri konveksi di Desa Suwaduk, dengan fokus penelitian pada penerapan ekonomi kreatif UMKM berbasis *digital marketing* dan strategi *digital marketing* pada salah satu industri konveksi di desa Suwaduk, yaitu industri konveksi Chantika.

Kajian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam operasional industri konveksi dalam menerapkan pengembangan ekonomi kreatif dan strategi *digital marketing*. Bahwa pengembangan ekonomi kreatif dengan basis *digital marketing* di industri konveksi di Desa Suwaduk yaitu industri konveksi Chantika, sudah lama diterapkan oleh para pelaku usaha industri konveksi. Sehingga dapat menjadi inspirasi untuk mengembangkan ekonomi kreatif dengan basis *digital marketing* pada industri konveksi lain yang berada di desa Suwaduk, maupun desa/wilayah lainnya.

Kajian ini juga dapat menginspirasi pemerintah desa Suwaduk, untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif dan *digital marketing* pada UMKM dan industri konveksi dengan memperkenalkan produk dan memberikan bantuan dalam bentuk tunai maupun non-tunai agar indutri konveksi bisa berjalan walaupun terjadi kesulitan dalam perekonomian seperti dampak adanya Covid-19, serta dapat meningkatkan potensi daya saing produk maupun potensi desa Suwaduk yang masuk dalam desa industri.

Sekiranya penelitian ini, masih memiliki banyak kekurangan dalam hasil penelitian yang telah diperoleh, pasalnya peneliti belum bisa menjangkau adanya pengembangan ekonomi kreatif berbasis *digital marketing* pada produk lain selain kaos dan sablon pada UMKM industri konveksi Chantika sebagai objek penelitian. Maka dari itu disarankan untuk peneliti berikutnya, untuk lebih melakukan kajian yang lebih mendalam terhadap ekonomi kreatif dan *digital marketing* yang diterapkan pada produk dan industri-industri lainnya.