

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang telah di jelaskan pada bab sebelumnya, di dapat kesimpulan bahwa evaluasi branding digital Boogie SecondThrift menggunakan metode *design thinking* berhasil mengidentifikasi permasalahan utama, yaitu kurangnya followers di media sosial antara lain di Instagram ketika sebelum dilakukan branding dan pengiklanan dengan jumlah pengikut yang pada awalnya hanya 282 akun dan 44 postingan, kemudian setelah dilakukan branding digital jumlah pengikutnya bertambah menjadi 784 akun dengan postingan bertambah menjadi 66 postingan, serta pada akun tiktok yang sebelumnya hanya memiliki pengikut 1009 dan 44 suka, kini bertambah menjadi 1.156 followers dan 211 suka. Selain itu, performa konten yang belum optimal, dan jumlah viewers yang masih terbatas pun berhasil diatasi serta mengalami peningkatan karena adanya penjadwalan posting produk secara rutin. Identifikasi dari permasalahan sebelumnya penyebabnya antara lain dikarenakan belum terdapat konsistensi pemaksimalan konten di beberapa media sosial dan belum memiliki jadwal posting produk yang konsisten, sehingga berpengaruh pada penjualan produk.

Selanjutnya penerapan metode *design thinking* dalam proses branding Boogie Secondthrift menunjukkan platform yang efektif sebagai media

promosi adalah Instagram, Dimana setelah dilakukannya penjadwalan posting produk serta pengiklanan pada aplikasi *Instagram*, *tiktok*, dan *platform e-commerce shopee*, menunjukkan bahwa hasil peningkatan penjualan tertinggi dari bulan Mei sampai dengan bulan Juli ada di platform Instagram dengan menunjukkan Instagram konsisten menghasilkan penjualan tertinggi pada setiap bulannya, Total penjualan melalui Instagram (Rp.1.650.000), Tiktok (Rp.690.000), dan penjualan di shopee (Rp.307.000), Penjualan di semua platform menunjukkan tren peningkatan dari bulan ke bulan. Instagram tidak hanya unggul dalam total penjualan, tetapi juga menunjukkan pertumbuhan yang lebih cepat dibandingkan platform lainnya.

B. Saran

Peneliti telah memberikan saran guna pengembangan branding pada penelitian sebelumnya, yaitu:

1. Boogie SecondThrift perlu meningkatkan konsistensi dan kualitas konten pada media sosial.
2. Implementasi strategi posting yang lebih terstruktur, dengan mempertimbangkan waktu optimal berdasarkan analisis engagement pengguna, untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi followers.
3. Melakukan evaluasi berkala dengan menggunakan metode *Design thinking* untuk memastikan strategi branding digital tetap efektif dan relevan dengan perubahan pasar.

4. Memanfaatkan hasil analisis SWOT untuk mengoptimalkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan memitigasi ancaman dalam strategi branding digital.