

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Selama menjalani program magang di Skystars dan Toko Benning Sembako, penulis memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai alur kerja serta peran content creation dalam strategi pemasaran digital. Melalui keterlibatan langsung dalam pembuatan konten dan pengelolaan media sosial, penulis memahami bagaimana konten digital dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperluas jangkauan konsumen dan membangun brand awareness secara bertahap, khususnya melalui platform TikTok dan media digital lainnya.

Selain itu, kegiatan magang ini memberikan pengalaman praktis dalam penerapan keterampilan digital marketing, mulai dari perencanaan ide konten, proses pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi, serta pengelolaan toko online Toko Benning Sembako. Aktivitas tersebut mencakup pengunggahan produk, penulisan deskripsi, pengaturan harga, hingga pengelolaan transaksi penjualan, yang seluruhnya dilakukan untuk mendukung strategi pemasaran digital yang terintegrasi dan relevan dengan kebutuhan target pasar. Melalui proses analisis dan evaluasi performa konten serta penjualan, penulis mampu mengukur efektivitas strategi promosi digital yang dijalankan.

Hasil evaluasi tersebut menjadi dasar dalam mengidentifikasi peluang perbaikan untuk meningkatkan brand awareness, engagement, dan konversi penjualan. Secara keseluruhan, program magang ini memberikan pembelajaran yang signifikan bagi penulis dalam mengembangkan kemampuan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi pemasaran digital sesuai dengan tren industri saat ini.

#### **5.1 Rekomendasi**

Ke depannya, Toko Benning dapat fokus pada pengembangan konten promosi yang lebih konsisten, optimalisasi pemanfaatan media sosial dan e-commerce

untuk memperluas jangkauan pasar, serta membuka peluang kolaborasi dengan brand atau kreator yang relevan guna meningkatkan awareness dan penjualan. Ke depannya, Toko Benning dapat fokus pada pengembangan konten promosi yang lebih konsisten, optimalisasi pemanfaatan media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar, serta membuka peluang kolaborasi dengan brand atau kreator yang relevan guna meningkatkan awareness dan penjualan..

## 5.2 Saran

### 1) Toko Benning

Penulis berharap Toko Benning Sembako dapat terus meningkatkan kualitas operasional dan pengelolaan toko digital, seperti memaksimalkan sistem manajemen pesanan di Shopee agar lebih efisien dan meminimalkan kesalahan dalam pemrosesan pesanan. Selain itu, strategi promosi dan konten bisa dikembangkan lebih jauh dengan memanfaatkan data performa konten, misalnya melihat jenis konten yang paling banyak menarik perhatian audiens dan menyesuaikannya untuk meningkatkan interaksi serta penjualan. Penulis juga menyarankan untuk segera membuka layanan di Go – Mart atau Grab – Mart untuk memenuhi keinginan customer yang ada keperluan mendesak sehingga Toko Benning bisa menjadi opsi untuk customer tersebut.

### 2) UMN

Penulis menyarankan agar universitas terus menjalin kerja sama dengan perusahaan yang bergerak di bidang e-commerce dan digital marketing, khususnya usaha kecil yang menggunakan platform seperti Shopee dan media sosial. Dengan begitu, mahasiswa bisa memperoleh pengalaman yang relevan dan memahami dinamika pemasaran digital secara praktis. Universitas juga dapat memberikan pembekalan lebih spesifik mengenai digital marketing, content creation, pengelolaan toko online, serta strategi promosi yang efektif. Pemahaman praktis ini akan menjadi bekal penting bagi mahasiswa yang ingin berkarier di bidang pemasaran digital atau memulai usaha sendiri secara mandiri.

3) Mahasiswa lain yang akan magang Bagi mahasiswa yang akan atau sedang menjalani magang, sangat penting untuk memanfaatkan kesempatan ini secara maksimal. Magang bukan hanya sekadar memenuhi kewajiban akademik, tetapi juga ajang belajar langsung dari praktik dunia usaha yang sesungguhnya. Selama magang, mahasiswa dapat belajar membuat konten kreatif, mengelola toko digital, melayani pelanggan, dan memahami cara kerja platform e-commerce. Selain itu, penting juga untuk proaktif, tidak hanya menunggu perintah, tetapi berinisiatif mencoba hal baru, bertanya ketika bingung, dan menyesuaikan diri dengan ritme kerja yang cepat. Penulis juga menyarankan mahasiswa yang tertarik pada digital marketing dan e-commerce untuk mulai mendalami media sosial dan platform seperti Shopee, TikTok, atau Instagram agar lebih siap menghadapi tantangan industri digital.

