

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor internal yang dominan pada aspek kekuatan yaitu perusahaan mempunyai berbagai media sosial untuk sarana pemasaran, sedangkan pada aspek kelemahan yaitu kegiatan promosi *online* yang dilakukan belum optimal.

Faktor eksternal yang dominan pada aspek peluang yaitu jangkauan postingan dapat menyebar lebih luas, sedangkan pada aspek ancaman yaitu bertambahnya kompetitor dalam pasar digital.

2. Pada matriks IE (*Internal-External*) diperoleh bahwa posisi perusahaan terletak pada kuadran I dengan nilai IFE sebesar 3.52 dan EFE sebesar 3.64 yang berarti posisi sedang tumbuh dan berkembang.

Analisis SWOT menghasilkan 10 alternatif strategi yaitu pemanfaatan teknologi AI untuk memperbaiki kualitas unggahan, mengikuti pelatihan *Digital Marketing*, mengadakan promosi *online* secara aktif dan kreatif, memanfaatkan fitur iklan atau *ads* pada media sosial yang digunakan, membuat atau mengikuti *trend* baru yang unik dan menarik, membagikan testimoni pelanggan pada media sosial, memperbaiki tampilan atau informasi *profile*, aktif mendokumentasikan kegiatan untuk diposting, memberikan pelayanan yang cepat tanggap atau *fast response* terhadap calon pembeli, mengoptimalkan keamanan pada tiap *platform* media sosial.

3. Rancangan strategi *digital marketing* yang diusulkan berdasarkan nilai TAS tertinggi yang pertama sebesar 5.519 yaitu mengadakan

promosi *online* secara aktif dan kreatif, ke dua sebesar 5.416 yaitu mengikuti pelatihan *Digital Marketing*, ke tiga sebesar 5.412 yaitu membagikan testimoni pelanggan pada media sosial, ke empat sebesar 5.378 yaitu pemanfaatan teknologi AI untuk memperbaiki kualitas unggahan, ke lima sebesar 5.372 yaitu membuat atau mengikuti *trend* baru yang unik dan menarik.

## 6.2 Saran

Saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya pada penelitian selanjutnya dapat melakukan pengukuran kinerja terhadap hasil dari rancangan strategi yang diusulkan, serta dapat meneliti kepuasan konsumen terhadap implementasi atas strategi usulan tersebut.
2. Bagi penelitian selanjutnya perlu menganalisis lebih luas lagi mengenai bidang *digital marketing*, mengingat dalam penelitian ini hanya berfokus pada aspek media sosial yang sering digunakan yakni WhatsApp, Instagram dan Facebook.

