

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai strategi pemasaran melalui *digital marketing* pada CV Sumber Baru Motor Cabang Mlati, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penerapan *digital* yang dilakukan oleh CV Sumber Baru Motor Mlati memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk dimana saat ini media sosial tersebut menjadi perantara paling efektif sebagai media komunikasi dan pemberian informasi yang memiliki jangkauan pasar lebih luas.
2. Pemasaran produk yang dilakukan oleh CV Sumber Baru Motor Mlati yaitu dengan menggunakan *digital marketing* media sosial seperti facebook, instagram dan whatsapp.
3. Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh CV Sumber Baru Motor Mlati dalam penerapan *digital marketing* adalah belum memiliki *website*, *blog*, youtube untuk mengoptimalkan media sosial sebagai media promosi bagi produknya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dan hasil evaluasi yang telah dilakukan pada bab pembahasan, ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Harapan untuk CV Sumber Baru Motor Mlati dalam melakukan kegiatan promosi dengan menerapkan strategi pemasaran secara *digital* melalui pengelolaan media sosial dalam kegiatan beriklan untuk lebih dimaksimalkan dan dikembangkan lagi agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan pesaing.
2. Dalam pengelolaan media sosial pada CV Sumber Baru Motor Mlati seharusnya lebih efektif lagi dalam mengembangkan media promosinya. Sumber Baru Motor Mlati bisa membuat *website*, *blog*, youtube untuk mempermudah konsumen mencari informasi terkait produk yang sedang dicari. Dealer Sumber Baru Motor Mlati juga bisa membuat video-video menarik yang nantinya diupload melalui media sosial.