

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas mengenai optimalisasi *digital marketing* pada BAZNAS Kota Yogyakarta maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Penggunaan *platform WhatsApp Business* dalam pemasaran *digital* yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Yogyakarta dapat dikatakan sudah cukup optimal. Hal ini dibuktikan dengan penggunaan fitur pesan otomatis pada *WhatsApp Business* yang memungkinkan mereka merespon pesan dengan cepat dan menindaklanjuti pesan, serta penggunaan fitur katalog untuk menampilkan produk yang dimiliki.
2. Pemanfaatan *platform Facebook* dalam pemasaran *digital* yang dilakukan dapat dikatakan cukup optimal. Optimalisasinya mencakup memposting konten terkait program dan aktivitas mereka, memanfaatkan fitur *reels Facebook* untuk memposting video guna meningkatkan keterlibatan masyarakat. Fitur *Facebook* lain seperti *Fanspage* juga digunakan untuk berbagi foto dan video, dengan beberapa konten yang mendapatkan jumlah tayangan yang cukup banyak.
3. Pemanfaatan *platform Instagram* dalam pemasaran *digital* yang dilakukan dapat dikatakan cukup optimal. Optimalisasi yang dilakukan yaitu dengan penggunaan *Instagram* untuk berbagi informasi tentang program dan

kegiatannya, menggunakannya sebagai alat komunikasi untuk menjawab pertanyaan, dan memanfaatkan fitur *reels Instagram* untuk menjangkau khalayak yang lebih luas sehingga menghasilkan peningkatan jumlah followers dan mencapai hingga 74,7 ribu tayangan.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh penulis adalah pada *platform WhatsApp*, BAZNAS Kota Yogyakarta bisa menambahkan fitur pesan otomatis *quick replies* yang berfungsi untuk membalas cepat seluruh pesan yang serupa atau *Frequently Asked Questions (FAQ)*. Penggunaan fitur *quick replies* dapat membantu meningkatkan pelayanan dalam membalas pesan secara cepat, sehingga para muzakki akan merasa nyaman ketika bertanya seputar program atau layanan.