

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai strategi *digital marketing* melalui media sosial Facebook di CV Sumber Baru Motor Mlati, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

##### 1. Penerapan Strategi *Digital Marketing* Melalui *Facebook*

CV Sumber Baru Motor Mlati telah menggunakan *Facebook* sebagai salah satu media pemasaran *digital* untuk mempromosikan produk sepeda motor Yamaha. Strategi yang diterapkan meliputi posting konten produk, konten promosi, konten *event*, dan konten testimoni pelanggan. Aktivitas pemasaran dilakukan melalui *feed posting*, *Facebook Marketplace* untuk menjangkau pembeli lokal, dan *Facebook Messenger* untuk komunikasi dengan calon konsumen.

Namun, penerapan strategi *digital marketing* melalui *Facebook* masih dilakukan secara konvensional dan belum optimal. Pemasaran dilakukan melalui akun pribadi *marketing staff* bukan *Facebook Page* resmi perusahaan, frekuensi *posting* belum konsisten (rata-rata 3-5 kali per minggu), waktu *posting* tidak teratur, dan fitur-fitur *Facebook* seperti *Stories*, *Live*, dan *Ads* berbayar belum dimanfaatkan secara maksimal.

##### 2. Permasalahan dalam Penerapan Strategi *Digital Marketing* Melalui *Facebook*

Terdapat tiga permasalahan utama dalam penerapan strategi *digital marketing* melalui *Facebook* di Sumber Baru Motor Mlati:

- a. Tidak memiliki *Facebook Page* resmi sehingga kredibilitas rendah, brand awareness terbatas, tidak dapat mengakses fitur bisnis *Facebook*, dan bergantung pada akun personal *marketing staff*.
- b. Kualitas konten visual belum optimal dengan foto produk yang pencahayaan dan komposisinya kurang menarik, tidak ada konten video, dan tidak ada desain grafis khusus untuk promosi.
- c. *Copywriting* belum efektif dengan *caption* yang terlalu singkat, *call-to-action* tidak jelas, dan tidak ada *sense of urgency* untuk mendorong pembelian.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh berbagai pihak yaitu segera membuat *Facebook Page* resmi sebagai prioritas utama untuk meningkatkan kredibilitas dan memaksimalkan fitur-fitur bisnis yang tersedia di *Facebook*. *Facebook Page* resmi akan menjadi aset digital jangka panjang perusahaan yang tidak bergantung pada akun personal karyawan.