

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil kesimpulan dan pembahasan yang telah dijelaskan terkait Strategi *Digital Marketing* pada CV Natta Transportasi Kabupaten Semarang, kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran CV Natta Transportasi masih didominasi metode konvensional seperti promosi langsung, penyebaran brosur, dan relasi personal, yang dinilai efektif dalam membangun kepercayaan pelanggan lama. Namun, perusahaan juga mulai mengintegrasikan pendekatan digital sederhana menggunakan *platform* seperti WhatsApp, Instagram, dan *TikTok* untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Meskipun demikian, efektivitas strategi digital ini belum optimal karena pendekatan yang kurang spesifik, keterbatasan kampanye besar, dan masih adanya segmen pasar yang tidak terjangkau. Penjualan perusahaan pun bersifat fluktuatif, dengan periode ramai seperti masa Lebaran dan sepi di waktu lainnya. Grafik data penjualan dari tahun 2018 hingga 2024 mengkonfirmasi tren ini, menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang ada belum mampu mencapai tujuan perusahaan secara konsisten.
2. Strategi *Digital Marketing* CV Natta Transportasi masih menghadapi berbagai kendala dalam pemanfaatan elemen-elemen utamanya. Perusahaan belum memanfaatkan website dan SEO, sehingga jangkauan pasar yang lebih luas belum tercapai. Strategi social media *Marketing*

melalui *Tik Tok*, Instagram, dan WhatsApp sudah diterapkan dengan segmentasi yang baik, namun konten yang dihasilkan belum optimal dalam menarik minat konsumen. Email *Marketing* juga belum diimplementasikan karena keterbatasan waktu dan sumber daya, sementara penggunaan paid advertising seperti Instagram Ads dan WhatsApp Ads belum memberikan hasil penjualan yang signifikan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Secara keseluruhan, CV Natta Transportasi perlu mengevaluasi strategi konten dan mengembangkan pendekatan *Digital Marketing* yang lebih terarah agar dapat meningkatkan daya saing di pasar digital.

3. Berdasarkan temuan penelitian, implementasi strategi *Digital Marketing* di CV Natta Transportasi didukung oleh beberapa faktor seperti kemajuan teknologi digital yang mempermudah akses pasar, kepercayaan pelanggan melalui testimoni yang memperkuat citra merek, kemampuan menjangkau audiens lebih luas tanpa batasan geografis, serta kemudahan dalam pengukuran kinerja pemasaran secara real-time untuk pengambilan keputusan berbasis data. Namun, implementasi ini juga menghadapi sejumlah hambatan, termasuk keterbatasan anggaran untuk kampanye iklan berbayar, tingginya tingkat persaingan di industri transportasi, minimnya pengetahuan staf tentang *Digital Marketing*, serta infrastruktur teknologi yang belum optimal. Kombinasi faktor pendukung dan penghambat ini menunjukkan bahwa CV Natta Transportasi perlu meningkatkan efisiensi sumber daya, memanfaatkan teknologi dengan lebih optimal, serta memberikan pelatihan kepada staf

agar strategi *Digital Marketing* yang diterapkan lebih efektif dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terkait Strategi *Digital Marketing* pada CV Natta Transportasi Kabupaten Semarang, saran yang dapat diberikan oleh peneliti yakni sebagai berikut:

1. Diharapkan perusahaan dapat melakukan analisis kebutuhan untuk menentukan tujuan dari SOP dan Website yang telah diberikan serta mengidentifikasi audiens yang akan mengakses website. Setelah itu, tahap perencanaan dilakukan dengan merancang struktur SOP yang jelas dan website yang mudah dinavigasi, serta menentukan fitur yang diperlukan, seperti integrasi media sosial dan formulir kontak. Pada tahap pengembangan dan desain, desain awal website dibuat dan konten SOP disusun dengan jelas, terstruktur, dan mudah dipahami oleh seluruh pihak yang terlibat. Selanjutnya, dilakukan implementasi dengan mengembangkan website dan mengintegrasikan sistem yang diperlukan, serta menyusun SOP secara sistematis untuk memastikan standar operasional yang efektif. Terakhir, tahap uji coba dilakukan untuk memastikan bahwa website berfungsi sesuai dengan kebutuhan dan SOP dapat diterapkan dengan baik dalam operasional perusahaan.
2. Penting untuk memberikan pelatihan pengguna website agar karyawan dan pengguna yang terlibat memahami cara menggunakan website dengan efektif, termasuk cara mengelola konten dan memanfaatkan fitur yang ada, seperti formulir kontak atau integrasi media sosial.

Selain itu, perlu diadakan pelatihan penerapan SOP untuk memastikan bahwa seluruh tim mengerti dan dapat mengimplementasikan SOP secara benar dalam aktivitas sehari-hari. Pelatihan ini mencakup pemahaman mengenai langkah-langkah yang harus diikuti, serta bagaimana melakukan pembaruan dan pemeliharaan SOP agar tetap relevan dan efisien dalam mendukung operasional perusahaan.

3. Persiapan software merupakan hal yang penting dalam pembuatan website. Software yang dibutuhkan antara lain sistem manajemen konten (CMS) untuk pengelolaan website, aplikasi desain grafis untuk membuat tampilan visual website yang menarik, serta perangkat lunak lainnya yang mendukung pengelolaan konten dan integrasi media sosial dengan website. Selain itu, hardware yang digunakan untuk hosting website harus memiliki kapasitas yang memadai agar website dapat diakses dengan cepat dan stabil. Server yang digunakan harus memiliki spesifikasi yang mendukung kebutuhan website, serta koneksi internet yang stabil dan aman untuk memastikan website dapat berjalan tanpa gangguan.
4. Pemantauan website dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa website berfungsi dengan baik, mulai dari kecepatan akses hingga keamanan data pengunjung. Hal ini termasuk analisis terhadap traffic pengunjung, interaksi dengan fitur-fitur website, dan feedback dari pengguna. Pemantauan ini sangat penting untuk mengetahui apakah website efektif dalam mencapai tujuannya dan memberikan pengalaman pengguna yang memuaskan. Selain itu, perlu dilakukan

pemantauan implementasi SOP untuk memastikan bahwa SOP yang telah diterapkan di perusahaan diikuti dengan konsisten oleh semua bagian yang terlibat. Pemantauan ini berfungsi untuk menjaga kualitas operasional dan memastikan standar yang ditetapkan dalam SOP tetap diterapkan dengan baik.

5. Setelah implementasi, evaluasi website dilakukan untuk menilai apakah website telah mencapai tujuan branding dan interaksi yang diinginkan. Evaluasi ini bisa dilakukan dengan mengumpulkan feedback dari pengguna, serta menganalisis data pengunjung seperti jumlah kunjungan, durasi waktu di situs, dan konversi pengunjung menjadi pelanggan. Dengan demikian, dapat diketahui apakah website memenuhi ekspektasi perusahaan dan pengunjung. Di sisi lain, evaluasi SOP perlu dilakukan untuk menilai sejauh mana SOP memberikan dampak positif dalam meningkatkan efisiensi dan konsistensi operasional perusahaan. Proses evaluasi ini penting untuk mengidentifikasi kekurangan atau area yang perlu diperbaiki, serta untuk memperbarui SOP agar tetap relevan dengan perkembangan perusahaan dan industri.

Diharapkan pendekatan yang terstruktur dalam setiap langkah ini, pembuatan dan implementasi SOP serta website dapat dilakukan secara efektif untuk mendukung tujuan perusahaan dalam jangka panjang.