

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian bab-bab sebelumnya dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. PT. Doyan Mitra Sejahtera menggunakan *platform* media sosial *Facebook Ads*, *Google Ads*, *Instagram* dan *Tiktok* untuk meningkatkan kesadaran merek dan berinteraksi langsung dengan konsumen. Mereka mengoptimalkan konten situs *web* dan blog agar lebih mudah ditemukan di mesin pencari seperti *Google*. Ini membantu menjangkau calon pelanggan yang mencari produk atau layanan yang mereka tawarkan. Fokus pada pembuatan konten yang informatif dan menarik, baik itu dalam bentuk artikel *blog*, video, infografis, atau posting media sosial. PT. Doyan Mitra Sejahtera secara rutin menganalisis data dari kampanye digital mereka untuk memahami efektivitas strategi yang diterapkan.
2. Pemasaran digital membantu PT Doyan Mitra Sejahtera untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui platform online seperti media sosial, mesin pencari. Untuk meningkatkan visibilitas merek dan produk mereka. Dengan menggunakan data dan analitik, perusahaan dapat menargetkan audiens yang spesifik berdasarkan demografi, minat, dan perilaku online, sehingga kampanye pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien. Melalui media sosial dan konten interaktif, PT Doyan Mitra Sejahtera dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan mendapatkan umpan balik yang berharga untuk perbaikan produk dan

layanan. Pemasaran digital sering kali lebih hemat biaya dibandingkan dengan pemasaran tradisional. Dengan anggaran yang lebih kecil, perusahaan dapat mencapai hasil yang signifikan melalui strategi iklan digital dan kampanye media sosial. Dengan memanfaatkan semua keuntungan di atas, PT Doyan Mitra Sejahtera dapat meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital yang terencana dan terukur, yang pada akhirnya berdampak positif pada pertumbuhan bisnis.

B. Saran

Untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital di PT. Doyan Mitra Sejahtera Surabaya, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Media Sosial: Memanfaatkan berbagai *platform* media sosial untuk kampanye pemasaran digital, dengan fokus pada platform yang paling banyak digunakan oleh target audiens.
2. Konten Berkualitas: Mengembangkan konten yang informatif, menarik, dan relevan untuk audiens target. Konten berkualitas tinggi dapat meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan pelanggan.
3. Analisis dan Evaluasi: Secara rutin menganalisis data kampanye pemasaran untuk mengidentifikasi apa yang bekerja dan apa yang perlu diperbaiki. Gunakan hasil analisis untuk terus mengoptimalkan strategi pemasaran.