

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Implementasi digital marketing di CV Raga Pool Asia dijalankan sebagai sistem terintegrasi dan *multi-platform*, di mana setiap kanal memiliki fungsi spesifik untuk memandu perjalanan pelanggan (*customer journey*) dari tahap awal hingga transaksi. Media sosial seperti Instagram dan TikTok difungsikan sebagai ujung tombak pembangun kesadaran merek (*brand awareness*) melalui konten visual yang menarik, sedangkan website dan YouTube berperan vital sebagai media validasi kredibilitas serta transparansi melalui dokumentasi proyek yang detail dan edukatif. Seluruh trafik dari kanal-kanal tersebut bermuara pada WhatsApp sebagai titik konversi utama untuk komunikasi personal, di mana praktik ini secara substantif mencerminkan penerapan nilai-nilai pemasaran syariah seperti kejujuran (*shiddiq*) dan keterbukaan (*bayān*) yang membangun loyalitas pelanggan, meskipun tidak dilabeli secara formal.
2. Peran digital marketing dalam meningkatkan penjualan terbukti sangat sentral dan strategis, ditandai dengan pertumbuhan omzet perusahaan yang eksponensial dari Rp 412 juta pada tahun 2021 menjadi Rp 2,125 miliar pada tahun 2024. Strategi ini berperan krusial dalam memperluas jangkauan pasar, mentransformasi perusahaan dari kontraktor lokal menjadi pemain berskala nasional dengan proyek yang tersebar hingga ke luar pulau seperti Makassar dan Papua. Selain dampak finansial, digital marketing juga berperan penting dalam membangun kepercayaan (*trust*)

pelanggan dalam industri jasa konstruksi bernilai tinggi melalui penyajian informasi yang transparan, serta efektif mempercepat siklus pengambilan keputusan pembelian melalui pembentukan *sales funnel* yang terstruktur.

B. Saran

Dari kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran antara lain sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian, CV Raga Pool Asia disarankan untuk memperkuat strategi konten edukatif di website dan YouTube melalui artikel maupun video teknis yang relevan. Perusahaan perlu mengoptimalkan perencanaan penjadwalan konten (*content scheduling*) yang lebih matang untuk memastikan aktivitas posting dilakukan secara rutin dan konsisten. Konsistensi ini krusial untuk menjaga algoritma media sosial dan retensi audiens. Selain itu, pengelolaan testimoni pelanggan sebaiknya ditingkatkan dengan membuat halaman khusus di website agar bukti sosial lebih mudah diakses oleh calon klien. Interaktivitas dengan audiens juga dapat ditingkatkan melalui sesi tanya jawab secara langsung (*live*) di Instagram maupun TikTok guna membangun hubungan yang lebih personal. Terakhir, nilai-nilai etika bisnis syariah yang selama ini telah diterapkan, seperti amanah, kejujuran, dan transparansi, penting untuk dikomunikasikan lebih eksplisit sebagai keunggulan kompetitif perusahaan.
2. Bagi penelitian selanjutnya, Disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif agar pengaruh variabel digital marketing terhadap penjualan dapat diukur secara statistik

dan objektif. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat membangun hubungan (*rapport*) yang lebih mendalam dengan objek penelitian untuk mendapatkan akses data yang lebih baik dan lengkap, khususnya data analitik digital mendalam (*insights*) dan rincian data penjualan yang lebih spesifik. Hal ini bertujuan agar analisis yang dihasilkan lebih komprehensif dan akurat dalam menggambarkan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan.