BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

CV Multiguna Mandiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa dimana strategi *digital marketing* yang dilakukan masih terbatas dan cenderung lebih menggunakan strategi pemasaran yang konvensional. Dengan tujuan meningkatkan penggunaan *digital marketing* dalam mencapai target pasar dan calon pelanggan, peneliti melakukan peningkatan terhadap website yang digunakan oleh CV Multiguna Mandiri berdasarkan aspek dimensi *digital marketing* yang berupa dimensi *interactive* pemasaran digital menekankan pentingnya menciptakan situs web yang memungkinkan komunikasi dua arah antara perusahaan dan pelanggannya, dimensi *incentive* pemasaran digital menekankan pentingnya memberikan alasan kuat bagi pengunjung untuk berinteraksi dengan situs web dan mengambil tindakan yang diinginkan, dimensi *Site Design* pemasaran digital menekankan pentingnya menciptakan situs web yang menarik secara visual, mudah digunakan, dan dioptimalkan untuk berbagai perangkat, Dimensi *Cost* pemasaran digital menekankan pentingnya mempertimbangkan sumber daya keuangan yang diperlukan untuk membuat, memelihara, dan mempromosikan situs web. Dengan melakukan tiga tahapan dan penerapan, penelitian ini dinilai meningkatkan efektifitas penggunaan website sebagai media *digital marketing*. Hal ini dibuktikan dengan perubahan pada sebagaian besar aspek terhadap website, dan wawancara yang dilakukan kepada pengguna layanan CV Multiguna Mandiri.

B. Saran

Dalam melakukan strategi *digital marketing* yang sukses dalam jangka panjang, peneliti menyarankan CV Multiguna Mandiri memaksimalkan potensi website dengan melakukan pembaharuan secara berkala dan konsisten. Strategi yang inovatif dan kreatif juga dibutuhkan pada perkembangan era digital yang semakin dinamis salah satunya adalah memanfaat penggunaan media sosial seperti Instagram, tiktok, dan lain sebagainya untuk dapat bersaing dalam pemasaran digital guna meningkatkan pengguna layanan dan mendominasi pangsa pasar.