

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dan berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Toko Transcom telah melakukan berbagai upaya dalam mengoptimalkan digital marketing untuk meningkatkan daya saingnya sejak tahun 2021. Langkah-langkah tersebut mencakup kehadiran aktif di media sosial, penggunaan iklan berbayar, dan evaluasi strategi secara berkala. Namun demikian, masih terdapat sejumlah tantangan internal seperti keterbatasan SDM, kurangnya pelatihan, serta pembagian tugas yang belum merata. Dari sisi konsumen, strategi digital marketing sudah mulai memberikan dampak positif, tetapi masih perlu ditingkatkan agar dapat menjangkau lebih luas dan meningkatkan kepercayaan. Artinya, optimalisasi digital marketing belum sepenuhnya tercapai dan masih harus dikembangkan secara menyeluruh dan sistematis.
2. Optimalisasi digital marketing di Toko Transcom masih menghadapi sejumlah hambatan, baik dari segi teknis, sumber daya manusia, maupun kesiapan sistem kerja. Perbedaan pemahaman dan kapasitas antar karyawan menyebabkan strategi digital belum berjalan secara menyeluruh. Namun demikian, adanya kesadaran bersama tentang pentingnya digital marketing memberikan sinyal positif bahwa perbaikan dapat dilakukan. Dengan dukungan pelatihan, pembentukan tim khusus, penyediaan infrastruktur, dan pendekatan gabungan antara offline dan online, daya saing Toko Transcom dapat ditingkatkan secara signifikan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Toko Transcom Kota Gunungsitoli, maka saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Toko Transcom disarankan untuk menyusun struktur tim digital marketing yang lebih jelas dan melibatkan semua unsur internal secara aktif. Diperlukan pelatihan rutin bagi karyawan tentang konten digital, penggunaan iklan online, dan analisis data pelanggan agar strategi yang diterapkan menjadi lebih tepat sasaran. Selain itu, sinergi antara strategi digital dan pendekatan konvensional perlu terus dijaga agar semua segmen pelanggan, baik yang digital maupun non-digital, dapat terjangkau secara efektif dan merata. Perlu dilakukan evaluasi rutin yang melibatkan semua bagian, termasuk pegawai tingkat bawah, untuk mengidentifikasi hambatan nyata yang mereka alami. Selain itu, pimpinan dapat menyelenggarakan forum komunikasi terbuka setiap bulan agar semua suara terdengar, keputusan lebih transparan, dan kerja sama tim semakin kuat.
2. Disarankan agar manajemen Toko Transcom segera menyusun program peningkatan kapasitas teknis bagi seluruh karyawan, tidak hanya terbatas pada admin media sosial. Pelatihan, workshop, dan pendampingan dapat dilakukan secara berkala dengan melibatkan praktisi digital marketing. Selain itu, penting untuk menyediakan alat kerja yang memadai dan membentuk tim digital marketing yang fokus menjalankan strategi secara konsisten. Strategi digital juga sebaiknya diintegrasikan dengan pendekatan tradisional, agar seluruh segmen pelanggan dapat terjangkau dan usaha semakin kompetitif di era digital.