

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini maka untuk menjawab rumusan masalah yang sudah di cantumkan di awal rancangan penelitian. Maka peneliti mengambil kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Penerapan strategi pemasaran *online* oleh Toko Transcom Gunungsitoli telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan. Penggunaan media sosial secara aktif, promosi yang menarik, kehadiran di *marketplace* , serta respons yang cepat dari tim layanan pelanggan merupakan elemen penting yang mendukung keberhasilan strategi ini. Pemasaran digital tidak hanya membantu memperluas jangkauan pasar, tetapi juga membangun kedekatan dengan konsumen, khususnya generasi muda yang akrab dengan dunia digital. Meski demikian, masih terdapat kendala dalam hal pengiriman dan pembaruan informasi pesanan yang perlu diperbaiki agar pengalaman berbelanja pelanggan menjadi lebih maksimal.
2. Strategi pemasaran *online* yang diterapkan oleh Toko Transcom Gunungsitoli masih belum berjalan secara optimal karena terkendala oleh faktor internal. Permasalahan seperti kurangnya tenaga khusus, tidak adanya pembagian tugas yang jelas, serta minimnya pemahaman tentang teknologi digital menjadi penghambat utama dalam pengelolaan promosi daring. Selain itu, ketergantungan pada satu admin serta absennya strategi konten yang konsisten menyebabkan respon terhadap pelanggan menjadi lambat dan konten promosi kurang menarik. Meskipun toko ini memiliki potensi besar dan sudah memulai langkah digitalisasi, namun tanpa perbaikan menyeluruh dalam pengelolaan SDM dan pemanfaatan teknologi, strategi pemasaran *online* yang dijalankan belum mampu memberikan hasil maksimal dalam meningkatkan volume penjualan.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh peneliti di Transcom Kota Gunungsoli maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Agar strategi pemasaran *online* yang diterapkan Toko Transcom dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan, disarankan agar toko ini meningkatkan sistem manajemen logistik dan transparansi informasi dalam proses pengiriman. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah menjalin kerja sama dengan jasa ekspedisi yang lebih efisien serta menyediakan fitur pelacakan pengiriman secara otomatis kepada pelanggan. Dengan demikian, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat, dan kepercayaan terhadap toko akan semakin kuat, yang pada akhirnya akan berkontribusi terhadap pertumbuhan penjualan secara berkelanjutan.
2. Toko Transcom Gunungsoli sebaiknya segera mengambil langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas pemasaran digitalnya, dimulai dengan menambah tenaga kerja khusus yang fokus menangani promosi *online* secara terstruktur dan profesional. Selain itu, pelatihan digital marketing bagi staf yang ada perlu dilakukan agar mereka mampu memahami dan memanfaatkan fitur-fitur pemasaran modern seperti iklan berbayar, SEO *marketplace* , serta manajemen konten terjadwal. Toko juga perlu membuat sistem kerja yang mendukung kontinuitas aktivitas promosi, termasuk backup admin dan jadwal upload konten yang konsisten. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan pemasaran *online* Toko Transcom bisa berjalan lebih efektif, profesional, dan mampu bersaing di tengah pasar digital yang semakin kompetitif.