

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan analisis penerapan *digital marketing* sebagai strategi pemasaran ekspor di Tropical Coco Indonesia. Data diperoleh dengan melakukan wawancara bersama pemilik Tropical Coco Indonesia yang menjadi informan kunci, serta informan pendukungnya yaitu bagian pemasaran Tropical Coco Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian *digital marketing* yang digunakan oleh Tropical Coco Indonesia adalah *SEO*, *Social Media*, *SEM*, dan *Email Marketing*. Namun, fokus *digital marketing* Tropical Coco Indonesia terdapat pada penggunaan *SEO* dan *email marketing*. Pemilihan alat *digital marketing* tersebut sudah sesuai dengan riset yang dilakukan oleh tim Tropical Coco Indonesia dan sejalan dengan teori-teori yang ada.

Gabungan antara *SEO* dan *email marketing* mampu meningkatkan penjualan Tropical Coco Indonesia. Meskipun Tropical Coco Indonesia memiliki masalah dengan alat *digital marketing* yang digunakan, Tropical Coco Indonesia dapat mengatasi masalah tersebut dengan baik. Sehingga kini Tropical Coco Indonesia memiliki omzet hampir 500 juta rupiah hanya melalui *digital marketing* dalam jangka waktu 2 tahun.

5.2 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat membantu Tropical Coco Indonesia dalam melakukan *digital marketing* sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung atau *leads* dan juga penjualan, berikut saran-saran yang diberikan :

1. Disarankan kepada bagian pemasaran Tropical Coco Indonesia untuk dapat lebih meningkatkan kemampuannya dalam *digital marketing* dengan mengikuti kursus-kursus baik itu gratis maupun berbayar.

2. Disarankan kepada pemilik Tropical Coco Indonesia agar melakukan rekrutmen tambahan terkait bagian pemasaran, agar perusahaan dapat meningkatkan omzet penjualan lebih dari sebelumnya.
3. Kepada peneliti berikutnya disarankan untuk dapat melakukan penelitian lanjutan terkait cara mengolah data dari hasil digital marketing yang lebih terperinci sehingga dapat diubah menjadi strategi pemasaran yang lebih tepat agar dapat meningkatkan hasil penjualan ekspor.

