

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Strategi marketing digital yang dilakukan oleh NaZMa dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan LinkedIn. Pemasaran dengan media sosial dapat menjangkau semua kalangan baik pihak swasta maupun pemerintah dan tidak terbatas pada wilayah Dagang era Istimewa Yogyakarta. Pemasaran dengan cara tersebut terbukti dapat menaikkan profit bagi NaZMa. Selain itu, pemasaran digital dapat mengurangi biaya pengeluaran yang besar apabila melakukan pemasaran secara konvensional.
2. Implementasi hasil BBT pada usaha Amel's Kitchen dengan cara menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial Instagram dan Facebook. Selain itu, Pencatatan keuangan terstruktur dengan cara memasukkan pemasukan dan pengeluaran melalui database xcel, sehingga dapat diketahui secara benar terkait pendapatan dan pengeluaran dari usaha Amel's Kitchen yang sedang dijalankan. Pelaksanaan BBT pada NaZMa Office sangat membantu penulis dalam melaksanakan dan mengembangkan Amel's Kitchen.

5.2 Rekomendasi

1. Strategi marketing digital perlu dikembangkan dengan menggunakan media sosial Tiktok. Meningkatnya pengguna Tiktok menjadi salah satu cara meningkatkan penjualan bagi

NaZMa Office. Selain itu, perlu menggunakan influencer dan selegram agar dapat memperluas pemasaran.

2. Perlu meningkatkan Sumber Daya Manusia dengan berkembangnya usaha Amel's Kitchen. Penambahan karyawan diharapkan dapat menambah efisiensi dan efektif dalam prose produksi. Selain itu, alat-alat produksi perlu ditingkatkan dengan adanya peningkatan permintaan produk.

