

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Optimalisasi *digital marketing* yang tepat dapat terbentuk dari perencanaan serta penerapan segala aspek penunjang aktivitas *digital marketing* berupa pemanfaatan segala jenis aktivitasnya maupun strategi atau langkah yang diterapkan oleh perusahaan. Hal tersebut akan menimbulkan peningkatan konsumen serta kegiatan pemasaran perusahaan melalui pemanfaatan teknologi media digital menjadi lebih tepat dan cepat. Berdasarkan dari hasil temuan Penulis dari analisis kasus serta latar belakang masalah yang telah disusun. Maka, Penulis dapat menarik kesimpulan, antara lain:

1. Penulisan Karya Ilmiah yang diambil oleh Penulis berjudul “Analisis Tentang Optimalisasi *Digital marketing* Pada Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Grafologi Indonesia” bertujuan untuk dapat melihat bagaimana kegiatan optimalisasi aktivitas *digital marketing* dan beberapa permasalahan atau kekurangan yang terjadi.
2. Metode penelitian yang digunakan oleh Penulis adalah metode analisis deskriptif disertai dengan teknik pengumpulan data berupa studi observasi dan studi kepustakaan.

3. Dalam kegiatan penelitian yang telah dilakukan oleh Penulis, terdapat dua masalah atau kekurangan yang terdapat dalam proses optimalisasi *digital marketing*nya. Pertama, ketidakmerataan penerapan dan pemanfaatan jenis *digital marketing* terhadap keseluruhan produk dan jasa yang dimiliki sehingga menimbulkan adanya kendala dalam upaya aktivitas *digital marketing*. Kedua, kurangnya persiapan pembentukan konsep *branding* produk dalam menunjang aktivitas *digital marketing* salah satu produknya.
4. Solusi yang dapat Penulis berikan terhadap permasalahan yang terjadi pada optimalisasi aktivitas *digital marketing* adalah memaksimalkan pemerataan atau keseimbangan pada pemanfaatan jenis *digital marketing*, memperhatikan dan meningkatkan implementasi langkah-langkah dan kerangka *digital marketing* terhadap keseluruhan produk maupun jasa yang dimiliki agar dapat memudahkan jalannya aktivitas *digital marketing* perusahaan. Selanjutnya, melakukan tinjauan lebih lanjut pada persiapan pematangan konsep *branding* salah satu produknya yang belum memiliki pembentukan yang kuat dengan memperhatikan elemen-elemen yang membentuk *branding* produk tersebut.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian tersebut dapat disarankan kepada beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Kursus dan Pelatihan Grafologi Indonesia

Penulis ingin memberi saran pada LKP Grafologi Indonesia agar dapat terus mengawasi, mengulas dan meningkatkan optimalisasi *digital marketing* yang ada sesuai dengan segala teori dan pembahasan yang telah Penulis sajikan di atas. Sebab, bila secara keseluruhan optimalisasi aktivitas *digital marketing* belum maksimal dan optimal dengan tepat maka dapat menyebabkan terjadinya penurunan tingkat pemasaran, ketidakstabilan *interest* dan eksistensi produk ataupun jasa, serta dapat mempengaruhi *brand awareness* oleh publik.

2. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Memperdalam tingkat kemampuan dan keahlian seluruh mahasiswa dengan cara meningkatkan ilmu pengetahuan dan pengasahan keterampilan agar mahasiswa dapat memiliki wawasan, sikap dan kompetensi yang baik guna memasuki dunia kerja.