

## BAB 9

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 9.1. Kesimpulan

Setelah penelitian dilakukan dan hasil didapatkan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Solusi yang dipilih untuk menyelesaikan masalah adalah promosi, dengan fokus perancangan adalah promosi *digital*. Metode yang digunakan berupa SOSTAC dapat meningkatkan performa *digital marketing* dan pendapatan. Hasil penelitian yang didapatkan berupa pembuatan rencana pemasaran *digital*, tabel *status eksekusi* dan tabel performa *digital marketing* dapat dijadikan sebagai usulan bagi perusahaan dengan memberikan tanggung jawab kepada *admin* sebagai pengelolanya.
- b. Hasil implementasi bulan Desember 2022 menunjukkan peningkatan performa mulai dari peningkatan *follower* akun sosial media sebanyak 26%, jumlah *likes* sebanyak 133%, *engagement rate* sebanyak 44%, ulasan testimoni sebanyak 13% dan akun yang terjangkau sebanyak 234% terhadap bulan November 2022.
- c. Pendapatan bulan implementasi (Desember 2022) mendapatkan nilai Rp7.600.000, nilai tersebut berada di atas nilai rata-rata pengeluaran selama 9 bulan dengan nilai Rp6.374.968, terdapat selisih sebesar Rp1.225.032, hal tersebut menunjukkan pendapatan bulan Desember 2022 dapat mencapai titik impas pengeluaran. Jika disetarakan dengan jasa cuci mobil ukuran sedang maka terdapat selisih 27 kendaraan.

#### 9.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada perusahaan, sebagai berikut:

- a. Menerapkan *digital marketing* secara konsisten untuk meningkatkan *brand awareness* dengan mempertimbangkan *objectives* jangka panjang, strategi yang belum terimplementasi dan evaluasi saran kuesioner dalam penerapannya.
- b. Melakukan evaluasi setiap bulannya terhadap hasil *digital marketing*, karena terdapat *insight* yang dapat dipertimbangkan dalam penerapan bulan depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, A. M., Mahbubah, N. A., & Rizky, A. W. (2021). Refomulasi strategi pemasaran bengkel otomotif menggunakan metode SWOT dan QSPM. *Jurnal Teknologi*, 14(2), 192-197.
- Andre. (2021). *Rancangan digital marketing untuk peningkatan penjualan UMKM Seprai Bu Alie berdasarkan preferensi konsumen potensial*. [Skripsi S1, Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. UAJY Research Repository. <https://e-journal.uajy.ac.id/24424/>
- Aweru, O. (2020). *Perancangan strategi pemasaran dengan menggunakan metode Marketing Mix dan Quality Function Deployment pada Kopi Ruang Bersama*. [Skripsi S1, Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. UAJY Research Repository. <https://e-journal.uajy.ac.id/22586/>
- Badan Pemerika Keuangan Republik Indonesia. (2008, April 21). *Undang-Undang (UU) No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Diakses tanggal 19 Januari 2023 dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37589/uu-no-11-tahun-2008>
- Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. (2016, November 25). *Undang-Undang (UU) No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informansi dan Transaksi Elektronik*. Diakses tanggal 19 Januari 2023 dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37582/uu-no-19-tahun-2016#:~:text=UU%20No.%2019%20Tahun%202016,Transaksi%20ElektroNIK%20%5BJDIH%20BPK%20RI%5D>
- Badan Pusat Statistik. (2020, Oktober 20). *Provinsi DI Yogyakarta dalam angka 2020*. Diakses tanggal 22 Agustus 2022 dari <https://yogyakarta.bps.go.id/publication/2020/04/27/f05ad6d5e9b43de46673d003/provinsi-di-yogyakarta-dalam-angka-2020.html>
- Badan Pusat Statistik. (2021, Februari 26). *Provinsi DI Yogyakarta dalam angka 2021*. Diakses tanggal 22 Agustus 2022 dari <https://yogyakarta.bps.go.id/publication/2021/02/26/3a501d00eaa097f65efc96f9/provinsi-di-yogyakarta-dalam-angka-2021.html>
- Besterfield, D. H. (2016). *Quality control* (9th ed.). New Jersey: Englewood Cliffs.
- Chaffey, D. (2009). *Internet marketing: strategy, implementation and practice*. United State: Prentice Hall

- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2008). *E-marketing: excellence*. United Kingdom: Butterworth-Heinemann.
- Das, R. (2022, November 17). *The best times to post on Instagram in 2023 [explained]*. Diakses tanggal 24 November 2022 dari <https://statusbrew.com/insights/best-time-to-post-on-instagram/#:~:text=6%20PM%20to%208%20AM,post%20on%20Instagram%20on%20Sunday.&text=If%20you%20are%20looking%20for,mot%20consistent%20levels%20of%20engagement>.
- David, F. R. (2010). *Manajemen strategi: konsep* (edisi 12). Jakarta: Salemba.
- Dinas Perhubungan DIY. (2019, Agustus 7). *Jumlah kendaraan di Jogja terus bertambah, rekayasa lalu lintas jadi solusi*. Diakses tanggal 14 September 2022 dari <https://dishub.jogjaprov.go.id/berita/jumlah-kendaraan-di-jogja-terus-bertambah-rekayasa-lalu-lintas-jadi-solusi>
- First Media (2020, Juli 13). *Batasan-batasan yang harus kamu ketahui saat menggunakan Instagram*. Diakses tanggal 24 November 2022 dari <https://www.firstmedia.com/article/batasan-batasan-yang-harus-kamu-ketahui-saat-menggunakan-instagram#:~:text=Instagram%20memberikan%20batasan%20like%20hanya,like%20pada%20postingan%20orang%20lain>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis: a global perspective* (6th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Herzberg, J. (2022, Mei 25). *Instagram sizes and dimensions guide for 2022*. Diakses tanggal 24 November 2022 dari <https://www.bazaarvoice.com/blog/instagram-sizes-and-dimensions-guide-for-2022/>
- Instagram. (2022, Juli 26). *Postingan video baru di Instagram akan dibagikan sebagai reel*. Diakses tanggal 24 November 2022 dari [https://business.instagram.com/blog/instagram-video-now-instagram-reels?locale=id\\_ID](https://business.instagram.com/blog/instagram-video-now-instagram-reels?locale=id_ID)
- Iswanto, J. D. (2022). *Digital marketing strategy and design for Bengkel Cat Berkah Abadi using SOSTAC*. [Skripsi S1, Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. UAJY Research Repository. <https://e-journal.uajy.ac.id/26902/>
- Jones, C. (2020, Januari 2). *The best time to post on Instagram [updated]*. Diakses tanggal 24 November 2022 dari <https://www.expertvoice.com/the-best-times-to-post-on-instagram/>

- Karja & Quamila, N. (2020, Februari 4). *Catat! Ini waktu paling pas untuk posting di media sosial*. Diakses tanggal 24 November 2022 dari <https://kumparan.com/karjaid/catat-ini-waktu-paling-pas-untuk-posting-di-media-sosial-1sm4k4bhq3W/full>
- Karpenko, A. (2021). *Digital marketing strategy plan. Case company: the northern parts of the world heritage struve geodetic arc project*. (Skripsi). Lapland University of Applied Sciences.
- Kasnodihardjo. (1993). Langkah-langkah menyusun kuesioner. *Media Litbangkes*, 3(2), 21-26.
- Keutelian, M. (2022, April 13). *The best times to post on Instagram 2022*. Diakses tanggal 24 November 2022 dari <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-instagram/>
- Khoe, A. I. R. (2021). *Pengembangan strategi digital marketing untuk meningkatkan penjualan di Mie GG. Semut*. [Skripsi S1, Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. UAJY Research Repository. <https://e-journal.uajy.ac.id/24885/>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Inggris: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management* (15th ed.). Inggris: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (edisi 12). Jakarta: PT Indeks.
- Languju, C., Morasa, J., & Budiarmo, N. (2022). Pendekatan metode Target Costing pada pendapatan sewa ruang dalam meningkatkan laba perusahaan pada PT Angkasa Pura 1 (Persero) Bandar Udara Sam Ratulangi Manado. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 5(2), 389-398.
- Lukito, A. D. (2021). *Strategi pemasaran jasa di Bengkel Gawe Rejo Moto dengan metode analisis SERVQUAL dan QFD*. [Skripsi S1, Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. UAJY Research Repository. <https://e-journal.uajy.ac.id/26116/>
- Moekijat. (2008). *Manajemen personalia dan sumber daya manusia*. Yogyakarta: BFFE

- Pranata, Y. A., & Amaranti, R. (2021). Rancangan strategi pemasaran media sosial menggunakan model SOSTAC. *Jurnal Riset Teknik Industri*, 1(2), 110-120.
- Rahmalia, N. (2022, Maret 21). *Ukuran feed Instagram 2022, lengkap untuk semua kebutuhanmu*. Diakses tanggal 24 November 2022 dari <https://glints.com/id/lowongan/ukuran-feed-instagram/#.Y9Kz4XZBy3A>
- Rangkuti, F. (2003). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik membedah kasus bisnis Analisis SWOT cara perhitungan bobot, rating, dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Roszkowska, E. (2013). Rank ordering criteria weighting methods – a comparative overview. *Optimum Studia Ekonomiczne NR*, 5(65), 14-33
- Saaty, T. L. (1993). *Pengambilan keputusan bagi para pemimpin, proses hirarki analitik untuk pengambilan keputusan dalam situasi yang kompleks*. Jakarta: Pustaka Binama Pressindo.
- Samryn, L. M. (2012). *Akuntansi manajemen: informasi biaya untuk mengendalikan aktivitas operasi dan investasi* (edisi 1). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Saputra, I. M. A. B. (2019). Pemilihan lokasi usaha vapor store menggunakan metode Weighted Product. *Jurnal Sistem dan Informatika*, 14(1), 9-15.
- Siregar, B., Suropto, B., Hapsoro, D., Lo, E. W., Herowati, E., Kusumasari, L., & Nurofik. (2013). *Akuntansi biaya* (edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Suffi, F. (2008). *Akuntansi perusahaan jasa*. Surabaya: Qiara Media.
- Syafitri, I (2021, February 15). *Pengertian flowchart beserta fungsi dan simbol-simbol flowchart yang paling umum digunakan*. Diakses tanggal 29 September 2022 dari <https://www.nesabamedia.com/pengertian-flowchart>.

- Tague, N. R. (2005). *The quality toolbox* (2nd ed.). Milwaukee, Wisconsin: ASQ Quality Press.
- Tim (2020, April 20). *How to clean your engine bay!*. Diakses tanggal 9 Januari 2023 dari <https://blog.throtl.com/2020/04/how-to-clean-your-engine-bay.html>
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran jasa, indikator kepuasan pelanggan*. Malang: Banyumedia.
- Turner, L., Weickgenannt, A.B., & Copeland, M.K. (2016). *Accounting information system: controls and processes* (3rd ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Utama, D. N. (2017). *Sistem penunjang keputusan: filosofi, teori dan implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Garudhawaca.
- Vasilkova, V. (2019). *Identifying a digital marketing strategy for a start-up entering the UK entertainment sector. Case study: Evenses*. (Skripsi). Metropolia University of Applied Sciences.
- Warsito, A. (2021, Mei 6). *Jenis-jenis perawatan salon mobil yang bisa dipilih*. Diakses tanggal 20 September 2022 dari <https://daihatsu.co.id/tips-and-event/tips-sahabat/detail-content/jenis-jenis-perawatan-salon-mobil-yang-bisa-dipilih/>
- Wati, E. F. (2021). Penerapan metode Simple Additive Weighting (SAW) dalam menentukan lokasi usaha. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)*, 5(1), 241-245.
- Widiana, W. (2018, Oktober 30). *Apakah waktu upload memengaruhi jumlah like di Instagram?*. Diakses tanggal 9 Januari 2023 dari <https://bobo.grid.id/read/08965886/apakah-waktu-upload-memengaruhi-jumlah-like-di-instagram?page=all>
- Woldu, M. Y. (2019). *Digital marketing strategy development plan: for new online store. Case company X*. (Skripsi). Hame University of Applied Sciences.
- Wuysang, C. C., & Pusung, R. J. (2019). Penerapan Target Costing dalam upaya efisiensi biaya produksi untuk peningkatan laba kotor pada UD. JJ Bakery. *Jurna Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (Jurnal EMBA)*, 7(3), 3548-3557.