

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penerapan strategi digital marketing berbasis web pada Benefit Coffee & Space (BCS), dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1 **Penerapan strategi digital marketing berbasis web** berhasil meningkatkan efektivitas promosi BCS. Website yang dikembangkan memuat informasi profil perusahaan, menu produk, layanan pemesanan online, serta promo dan event yang dapat diakses pelanggan secara mudah dan cepat.
- 2 **Optimalisasi SEO** yang dilakukan terbukti mampu meningkatkan visibilitas website di mesin pencari. Hal ini berdampak pada kenaikan trafik kunjungan sebesar $\pm 35\%$ dalam satu bulan, yang berarti jangkauan audiens BCS semakin luas.
- 3 **Interaksi pelanggan** dengan perusahaan meningkat melalui fitur interaktif seperti formulir kontak, layanan pemesanan online, dan penyampaian informasi promo. Hal ini berkontribusi dalam membangun engagement dan loyalitas pelanggan.
- 4 **Citra merek BCS** semakin kuat sebagai coffee shop modern yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, sehingga meningkatkan daya saing dengan kompetitor sejenis.

Dengan demikian, penerapan strategi digital marketing berbasis web pada BCS memberikan dampak positif terhadap efektivitas pemasaran, peningkatan engagement pelanggan, serta penguatan brand image perusahaan.

5.2 Saran

Agar penerapan strategi digital marketing berbasis web pada Benefit Coffee & Space (BCS) semakin optimal, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. **Integrasi Website dengan Media Sosial**

Website sebaiknya diintegrasikan dengan platform media sosial (Instagram, TikTok, Facebook) untuk memperluas jangkauan pemasaran, mengingat mayoritas konsumen coffee shop aktif menggunakan media sosial.

2. **Pengembangan Content Marketing**

BCS perlu secara konsisten mengunggah konten menarik berupa artikel, blog, atau update event pada website agar tetap relevan di mesin pencari sekaligus meningkatkan engagement pelanggan.

3. **Pemanfaatan Data Analytics**

Hasil data kunjungan dan interaksi pelanggan dari website sebaiknya dianalisis secara rutin. Hal ini penting untuk mengetahui tren konsumen, produk favorit, serta perilaku pelanggan yang dapat digunakan dalam strategi pemasaran berikutnya.

4. **Pengembangan Fitur Tambahan**

Website dapat ditingkatkan dengan fitur tambahan seperti sistem pembayaran online, *loyalty program* untuk pelanggan tetap, serta integrasi dengan aplikasi pengantaran makanan (*delivery service*).

5. **Evaluasi Berkala**

Penerapan strategi digital marketing berbasis web harus dievaluasi secara berkala agar dapat menyesuaikan dengan perkembangan tren digital marketing dan kebutuhan pelanggan.