

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Kesimpulan dari analisis digital marketing dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen KKB IKOPIN pada unit TD Mart dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Pelaksanaan digital marketing telah terbukti memainkan peran penting dalam meningkatkan minat beli konsumen. Hasil dari kurangnya minat beli konsumen karena tidak dijalankan lagi digital marketing, seperti pemasaran melalui media sosial, email marketing, dan iklan digital, dapat membantu KKB IKOPIN dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran tentang produk yang ditawarkan oleh TD Mart.
2. Hasil membuktikan bahwa kurangnya minat beli pada unit TD Mart karena kurangnya digital marketing karena tidak efektif dalam menjalankan penjualan dan pembayaran produk yang ditawarkan, sehingga anggota kurang berminat berbelanja di TD mart dengan alasan anggota sekarang lebih sering membeli, memesan dan membayar menggunakan online.
3. Upaya-upaya yang harus dilakukan agar dapat menjalankan digital marketing dengan cara melakukan media sosial seperti menggunakan platform media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan, berbagai informasi produk, dan menjalankan kampanye iklan yang terarah. Dan juga melakukan pemasaran konten seperti membuat dan mendistribusikan konten yang relevan dan berharga contohnya konten video produk untuk menarik perhatian konsumen

tentang produk yang ada pada unit TD Mart KKB Ikopin.

Secara keseluruhan, implementasi digital marketing yang efektif dapat membantu TD Mart dalam meningkatkan minat beli konsumen dan mendorong pertumbuhan penjualan. Pendekatan yang terintegrasi dan berbasis data akan memberikan hasil yang lebih optimal dalam mencapai tujuan pemasaran.

## **5.2 Saran -Saran**

Berdasarkan analisis digital marketing untuk meningkatkan minat beli konsumen KKB IKOPIN pada unit TD Mart, berikut adalah beberapa saran yang dapat diimplementasikan:

1. Pada penelitian berikutnya, diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pengurus Koperasi KKB Ikopin dalam menentukan langkah-langkah yang tepat dalam mengatasi masalah digital marketing agar dapat bermanfaat bagi Koperasi dan bagi masyarakat.
2. Untuk Koperasi KKB Ikopin dapat meningkatkan wawasan dan pengalaman yang baik dalam penggunaan digital marketing agar dapat meningkatkan minat beli konsumen, dengan cara mengikuti jaman era modern yang Misalnya menggunakan sosial media dan *Ewallet* agar koperasi KKB Ikopin lebih berkembang dan banyak peminatnya.

Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, TD Mart dapat memanfaatkan digital marketing dengan lebih efektif, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan akhirnya mendorong minat beli konsumen yang lebih tinggi.