

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan melakukan pengamatan analisis Penerapan Dalam Upaya Peningkatan Promosi Di Toyota Auto2000 Padang Cabang By Pass, lalu penulis dapat menarik kesimpulan yaitu:

1. Penerapan *digital marketing* yang di lakukan oleh Toyota Auto2000 Padang Cabang By Pass menggunakan strategi campuran antara *digital marketing* dan *traditional marketing*. Untuk penerapan *traditional marketing* yang dilakukan oleh Toyota Auto2000 Padang yaitu dengan membuka stand pameran pada acara seperti konser, event kegiatan sosial dan di mall, dengan menampilkan produk terbaru dari Toyota melalui event tersebut maka sales dapat langsung menawarkan produk kepada masyarakat yang ada pada event maupun di mall tersebut. Sedangkan penerapan *digital marketing* yang dilakukan oleh Toyota Auto2000 Padang dengan cara melakukan promosi melalui *web, Instagram, tiktok* dan *youtube* semua adalah platform yang ada di internet, melalui konten vidio yang berisikan promosi produk Toyota, promosi bengkel service dan edukasi mengenai produk Toyota, serta postingan yang berisikan informasi mengenai produk maupun jasa yang ada pada Toyota Auto2000 Padang Cabang By Pass.
2. Dalam melakukan Penerapan *digital marketing* Toyota Auto2000 Padang Cabang By Pass mengalami beberapa kendala. Kendalanya seperti kurangnya support dari pimpinan dalam berfokus pada *digital marketing*, sedikitnya anggaran yang diberikan untuk *digital marketing* maka promosi yang dilakukan tidak terlalu maksimal, tidak ada staf khusus yang berfokus pada promosi *digital*

marketing ini. Sehingga hasil yang di manfaat yang di dapatkan dari *digital marketing* kurang maksimal.

3. Dalam kendala penerapan *digital marketing*, Toyota Auto2000 Padang memiliki solusi seperti menambah SDM yang berfokus pada promosi *digital marketing* lalu Toyota Auto2000 Padang harus mempersiapkan anggaran dana khusus jika ingin mendapatkan hasil yang maksimal dalam promosi di media sosial seperti *Instagram, tiktok* dan *youtube*.

5.2 Saran

Adapun saran dari penulis berdasarkan pengamatan dan Analisa yang dilakukan, pada Penerapan *Digital Marketing* Guna Meningkatkan Promosi Di Toyota Auto2000 Padang Cabang By Pass yaitu:

1. Toyota Auto2000 Padang Cabang Bypass harus memberikan pelatihan kepada karyawan dan sales mengenai *digital marketing* serta memberikan arahan tentang manfaat dan dampak jika penerapan *digital marketing* yang dilakukan berhasil.
2. Untuk menghadapi persaingan antara sorum mobil lainnya, Toyota Auto2000 Padang Cabang By Pass harus meningkatkan promosi melalui media sosial dikarenakan era digital sekarang, mencari informasi mengenai hal apapun dapat dilakukan melalui internet. Jadi Toyota Auto2000 Padang harus meningkatkan pelayanan dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan.