

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pada pelaksanaan proyek *digital marketing* dengan menggunakan konten media sosial Instagram, TikTok, dan Facebook pada Hotel Amalia Magetan, maka ditarik kesimpulan bahwasanya *digital marketing* mampu menghasilkan tingkat kunjungan yang lebih tinggi dibandingkan sebelum dilaksanakan yang ditandai dengan peningkatan pada data okupansi Hotel di periode 2023 setelah pelaksanaan proyek. *digital marketing* mampu menekan biaya pemasaran dibandingkan cara konvensional, sehingga pendapatan yang diperoleh menjadi lebih tinggi, dengan biaya yang lebih rendah, dengan demikian kinerja pada Hotel Amalia Magetan menjadi meningkat. Hal ini didukung oleh pernyataan pengunjung hotel bahwasanya *digital marketing* memudahkan mereka dalam mendapatkan informasi dan meningkatkan daya tarik untuk berkunjung pada Hotel Amalia Magetan. Penggunaan media sosial dengan interaksi dan hasil terbaik ialah media sosial Instagram dan TikTok, sedangkan penggunaan media sosial Facebook tidak berjalan secara optimal yang diakibatkan oleh kendala dalam penyediaan konten berbentuk video, serta cakupan yang kurang meluas pada target pasar dibandingkan dengan Instagram dan TikTok.

Proyek ini telah dilaksanakan selama tiga bulan sedari proses pembuatan konten, *editing*, pengunggahan konten, pengiklanan, hingga proses analisis hasil pelaksanaan proyek. Proyek ini telah memberikan hasil yang baik bagi bagi Hotel Amalia Magetan yang diindikasikan melalui peningkatan kunjungan yang berdampak pada tingkat pendapatan, hal ini disebabkan kemudahan dalam pengaksesan informasi yang lebih mudah oleh para calon pengunjung, menciptakan *awareness*, dan memberikan daya tarik melalui berbagai konten foto dan video yang menyajikan promosi dan informasi disertai dengan tayangan yang menarik.

## **5.2 Keterbatasan Pelaksanaan Proyek**

Pada setiap pelaksanaan kegiatan tentunya tidak terlepas dari keterbatasan sebagaimana dalam pelaksanaan proyek ini yang memiliki keterbatasan dalam aspek berikut.

- a. Penggunaan media sosial dalam *digital marketing* yang sebelumnya tidak dilaksanakan oleh pihak hotel, sehingga perlu terlebih dahulu membangun kepercayaan kepada para calon pengunjung, menciptakan identitas jasa, dan membangun hubungan yang baik melalui interaksi media sosial.
- b. Keterbatasan dalam penggunaan jumlah dan pemilihan media sosial yang mana dalam proyek ini menggunakan tiga jenis yaitu Instagram, TikTok, dan Facebook. Pada media sosial Facebook mendapatkan hasil yang tidak optimal disebabkan terbatasnya jenis konten dan jangkauan target pasar yang dituju.

- c. Keterbatasan pada waktu pelaksanaan proyek, yaitu pada pra pelaksanaan proyek membutuhkan studi pendahuluan terlebih dahulu pada Hotel Amalia Magetan yang berada di luar wilayah pihak pelaksana, beserta analisis pada tingkat dan jumlah pengguna media sosial.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil dan keterbatasan pada realisasi pelaksanaan proyek *digital marketing* pada Hotel Amalia Magetan, maka saran dan tindak lanjut yang dapat diberikan ialah sebagai berikut.

#### **5.3.1 Bagi Perusahaan**

- a. Saran bagi pihak Hotel Amalia Magetan yaitu untuk mempertimbangkan menggunakan *digital marketing* dalam melaksanakan pemasaran dikarenakan mampu memberikan hasil yang lebih efektif dan efisien untuk meningkatkan kunjungan jasa akomodasi di Hotel Amalia Magetan dengan biaya yang lebih rendah dari cara konvensional.
- b. Saran bagi pihak Hotel Amalia Magetan untuk meningkatkan layanan secara daring melalui media sosial agar memudahkan dalam proses pemesanan dan perolehan informasi bagi para calon pengunjung.
- c. Melanjutkan media sosial yang sudah dikembangkan dalam proyek dan menambahkan penawaran acara spesial untuk menarik lebih banyak pelanggan kedalam Hotel Amalia Magetan. Tidak hanya untuk penginapan tetapi Hotel Amalia Magetan dapat digunakan sebagai tempat untuk mengadakan acara.

### **5.3.2 Bagi Universitas**

- a. Mengembangkan kerja sama dan kemitraan dengan Hotel Amalia Magetan untuk meningkatkan keberlanjutan, efisiensi dalam masa mendatang.
- b. Mendorong mahasiswa untuk melakukan peningkatan kualitas pembelajaran dalam dunia nyata untuk lebih mendorong penelitian dan inovasi perkembangan bisnis.

### **5.3.3 Bagi Mahasiswa**

- a. Bagi pelaksana proyek selanjutnya untuk memperdalam kembali objek dan subjek yang akan dikembangkan dalam pelaksanaan proyek, yaitu dengan melaksanakan studi pendahuluan, menyiapkan bahan atau media yang akan digunakan agar proyek dapat dilaksanakan secara lebih optimal.
- b. Bagi pelaksana proyek selanjutnya untuk menambahkan kegiatan wawancara kepada pelaku usaha untuk mendukung hasil pada pelaksanaan proyek dan agar menjadikan bahan pengkajian dalam proses analisis realisasi proyek.