

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan dan pembahasan yang sudah dijelaskan sebelumnya terkait aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *online shop* Universals yang melakukan penjualan di *platform e-commerce* Shopee Indonesia, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Universals telah berhasil memanfaatkan strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan produknya di Shopee Indonesia. Dengan menggunakan internet marketing yang efektif, mereka mampu memasarkan produk-produk unggulan mereka melalui Shopee Ads. Universals menginvestasikan 50.000 Shopee Ads untuk setiap produk yang mereka tawarkan. Universals dapat menargetkan audiens potensial yang lebih luas dan mencapai hasil yang maksimal, dengan memanfaatkan kemampuan digital marketing, mereka dapat menampilkan iklan yang relevan kepada pengguna Shopee yang berminat dengan produk yang ditawarkan. Universals dapat memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh Shopee Ads, seperti pengaturan target demografis, kata kunci, dan preferensi pengguna.

2. *Online shop* Universals menghadapi kekurangan dalam positioning branding yang meliputi *Point of Parity* (POP) dan *Point of Difference* (POD). Universals belum berhasil menetapkan POP yang membedakan mereka dari pesaing, sehingga sulit bagi mereka untuk memberikan nilai tambah yang signifikan kepada konsumen. Persaingan yang ketat di dunia online shop, memiliki POP yang kuat sangat penting untuk menarik perhatian dan memenangkan kepercayaan konsumen. Universals juga belum berhasil mengidentifikasi dan mempromosikan dengan jelas POD mereka. Keunggulan unik dari Universals belum ditekankan dengan baik, sehingga membuat sulit bagi konsumen untuk membedakan Universals dari *online shop* lainnya. Identifikasi dan penonjolan

POD yang kuat dapat membantu Universals membangun citra merek yang kuat, menciptakan preferensi pelanggan, dan membangun loyalitas jangka panjang.

3. *Online shop* Universals berjualan hanya di Shopee Indonesia dan mengandalkan Shopee Ads sebagai satu-satunya cara promosi, dapat disimpulkan bahwa Universals memiliki pendekatan yang terbatas dalam upaya pemasaran dan distribusi produk mereka, dengan tidak menggunakan platform media lain, Universals mungkin menghadapi tantangan dalam mencapai target audiens yang lebih luas dan memanfaatkan potensi pemasaran yang lebih besar. Kesimpulannya, Universals perlu mempertimbangkan untuk memperluas strategi pemasaran mereka dengan memanfaatkan platform media lain selain Shopee, diversifikasi saluran distribusi dan promosi dapat membantu mereka mencapai konsumen potensial di berbagai platform online dan menciptakan kehadiran merek yang lebih kuat. Dengan menggabungkan Shopee Ads dengan strategi pemasaran yang lebih komprehensif, Universals dapat meningkatkan daya jual produk mereka, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan memperluas pangsa pasar mereka secara efektif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan juga kesimpulan yang sudah dijelaskan sebelumnya, peneliti akan memberikan saran yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Digital Pada *Online Shop* Importir di *Marketplace* Shopee Indonesia (Fenomenologi pada *online shop* Universals) :

5.2.1 Saran Praktisi

1. Mengevaluasi Diversifikasi Platform: Meskipun Shopee Indonesia adalah platform yang populer, tidak ada salahnya untuk mempertimbangkan diversifikasi ke platform lain. Menjual di beberapa platform *e-commerce* dapat membantu meningkatkan visibilitas produk dan mencapai audiens yang lebih

luas. Pertimbangkan untuk memanfaatkan platform seperti Tokopedia, Lazada, atau Bukalapak, yang juga memiliki pangsa pasar yang signifikan.

2. Menyelidiki Kanal Media Sosial: Selain menggunakan Shopee Ads, perluasan ke kanal media sosial juga bisa menjadi strategi yang efektif., aktif di platform seperti Instagram, Facebook, atau Twitter dapat membantu membangun kehadiran merek yang kuat, berinteraksi dengan pelanggan potensial, dan meningkatkan kesadaran produk secara keseluruhan.
3. Membangun Keunggulan Kompetitif: Selain mengandalkan iklan berbayar, penting juga untuk membangun keunggulan kompetitif yang kuat. Identifikasi nilai tambah yang membedakan Universals dari pesaing dan perkuat mereka. Fokus pada kualitas produk, layanan pelanggan yang unggul, atau penawaran khusus yang menarik bagi konsumen. Keunggulan akan membantu menarik perhatian dan memenangkan kepercayaan pelanggan.
4. Membuat Konten Menarik: Gunakan konten yang kreatif dan menarik untuk mempromosikan produk secara organik. Membuat konten visual yang menarik seperti gambar produk yang menarik, video tutorial, atau ulasan pelanggan. Konten yang baik akan membantu menarik perhatian pelanggan potensial dan meningkatkan kepercayaan terhadap merek Anda.
5. Analisis dan Pengoptimalan: Lakukan analisis yang teratur terhadap kampanye Shopee Ads dan kinerja penjualan secara keseluruhan. Identifikasi *trend*, kekuatan, dan kelemahan, lalu lakukan pengoptimalan berdasarkan temuan tersebut, dengan memahami data dan insight yang diperoleh, Universals dapat meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran mereka dan mengambil tindakan yang diperlukan.
6. Menerapkan branding yang lebih terarah dengan cara menentukan POD (*Point Of Differences*) dan POP (*Point Of Parity*).

5.2.1 Saran Akademis

1. Peneliti merekomendasikan agar penelitian berikutnya dalam bidang yang sama difokuskan pada satu jenis campuran elemen komunikasi pemasaran, penelitian tersebut, akan dilakukan analisis mendalam mengenai penggunaan iklan digital dalam pemilihan campuran elemen komunikasi pemasaran yang telah ditentukan, sehingga dapat memperluas pemahaman terhadap topik penelitian tersebut.
2. Peneliti merekomendasikan untuk penelitian selanjutnya yaitu meneliti terkait pengaruh dari iklan berbayar dalam media digital pada sebuah *brand*.
3. Dalam penelitian ini juga dapat di analisa menggunakan sebuah *marketing funnel* untuk mengetahui tahap apa saja yang dilakukan oleh sebuah *brand* dalam memasarkan produk.