

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari keseluruhan penelitian, peneliti akan memberikan beberapa kesimpulan sesuai dengan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian, berupa berikut:

1. Alur komunikasi dalam bisnis *fulfillment* pada Glico di marketplace Tokopedia berupa dua arah dari brand ke Haistar dan dari Haistar ke Tokopedia. Seluruh kegiatan alur komunikasi yang dilakukan oleh Haistar dan Glico melalui *e-mail*, *G-Meet* dan juga *G-Sheet* agar tidak rentan kehilangan *history* komunikasi yang berjalan dari awal hingga sekarang.
2. Kendala yang dialami oleh Glico yang dapat menghambat bisnisnya adalah lamanya proses pembayaran dari Haistar ke Glico. Ditambah lagi dengan status stok pada Glico tidak selalu ada, dan driver Glico tidak selalu bisa melakukan pengiriman setelah pembayaran. Komunikasi yang diterapkan oleh Haistar dan Glico merupakan komunikasi verbal. Komunikasi tersebut dilakukan oleh PIC Haistar dan juga PIC Glico untuk menerapkan sistem diskon yang akan berlangsung pada *event-event* tertentu.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan juga kesimpulan, peneliti akan memberika beberapa saran, sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Saat melakukan alur komunikasi dalam bisnis, diperlukannya komunikasi yang jujur dan transparan guna mengatasi masalah secara bersama. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi contoh

dalam menangani kendala yang serupa pada setiap orang atau pelaku usaha yang melakukan bisnis online terutama melalui *marketplace*.

## 2. Saran Teoritis

Peneliti berharap mahasiswa/i yang ingin meneliti alur komunikasi dalam bisnis untuk menambahkan teori selain yang peneliti masukkan agar dapat lebih mudah untuk dianalisa.