

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Daebakstuff adalah dengan menerapkan lima kekuatan kompetitif atau *Five Competitive Forces Model* serta mempertimbangkan Marketing mix yang terdiri dari empat komponen (4P) yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi), dengan pengaplikasian menggunakan *e-commerce* serta pemasaran langsung. Adapun yang menjadi faktor penunjang dalam strategi komunikasi pemasaran Daebakstuff adalah penerapan elemen-elemen komunikasi pemasaran secara maksimal.
2. Kendala atau hambatan dari penggunaan *e-commerce* adalah saat awal membuka di *e-commerce* adalah kepercayaan dari konsumen kepada penjual. Pendukung dari proses pemasaran di *e-commerce* adalah bisa mengikuti *event* promosi yang gratis atau tidak berbayar.
3. Faktor yang dapat meningkatkan penggunaan media *e-commerce* sebagai media promosi dan penjualan produk adalah dengan

memperhatikan persaingan harga, pemilihan produk, pemasaran kreatif, kecepatan akses, dan pelayanan.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian ini peneliti memiliki saran sebagai berikut :

1. Daebakstuff telah menjalankan promosi dengan baik melalui *e-commerce*, tetapi lebih baik lagi jika seluruh media social selalu *update* agar promosi bisa berjalan secara maksimal.
2. Jika ingin memulai berjualan melalui media online seperti *e-commerce* terhadap pembaca yang ingin mengembangkan bisnisnya melalui media sosial. Di era yang serba digital ini tentunya sangat diperlukan media untuk para pebisnis dalam mengembangkan usahanya. Hal yang harus diperhatikan adalah mempunyai strategi yang baik. Maka diharapkan untuk pembaca yang ingin membangun perlu mengetahui bagaimana strategi marketing yang baik untuk bisnis yang ingin dijalankan.