

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari bab sebelumnya, maka penulis dapat memberikan kesimpulan bahwa strategi *digital marketing* yang dilakukan Amazara adalah menggunakan berbagai *platform* yang banyak digunakan oleh orang-orang yang menggunakan *internet* yaitu media sosial *instagram*, *instant messenger Line*, *sales promotion offer*, dan *marketplace* yang dimanfaatkan oleh Amazara yaitu menggunakan *website*, *Shopee*, *Tokopedia*, dan *offline store*.

Berikut ini adalah uraian strategi *digital marketing* Amazara:

1. Strategi *digital marketing* Amazara
 - a. Media Sosial (*Instagram*), sebagian besar promosi atau informasi yang dilakukan oleh Amazara melalui media sosial *Instagram*. *Instagram* memiliki banyak fitur yang dapat dimanfaatkan untuk mengetahui informasi lengkap mengenai *followers* Amazara. Dengan informasi ini, Amazara dapat mengenal lebih dalam tentang perilaku konsumennya dan dapat membuat konten yang lebih relevan dan sesuai untuk *audience* Amazara.
 - b. *Instant messenger (Line)*, Amazara memanfaatkan *instant messenger Line* untuk media interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli. *Line* Amazara dimanfaatkan untuk memberikan layanan yang diperlukan dari konsumen baik itu sebuah pertanyaan tentang produk, pengembalian barang, maupun komplain.

- c. *Sales promotion offer*, Amazara menggunakan strategi *sales promotion offer* untuk memberikan dorongan lebih kepada konsumen agar membeli produk yang dijual. Amazara bekerjasama dengan artis ternama untuk memperkenalkan produk yang dijual. Hal ini dimanfaatkan untuk memaksimalkan penjualan dan dapat memotivasi konsumen untuk membeli produk dengan kuantitas banyak dan mempercepat siklus pembelian.
 - d. *Marketplace*, Amazara memanfaatkan berbagai *marketplace* sebagai media penjualan. *Platform* yang digunakan adalah *website*, *Shopee*, dan *Tokopedia*. Selain memanfaatkan media *online*, Amazara juga memiliki *offline store* yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen untuk melihat produknya secara langsung.
2. Keunggulan dari *digital marketing*
- a. Menghubungkan penjual dengan konsumen melalui penggunaan *internet*. Dengan menggunakan *internet*, pemilik usaha menjadi lebih efisien dalam mencari informasi mengenai calon konsumen.
 - b. *Digital marketing* dapat menghasilkan penjualan yang tinggi. Penjual dapat menjangkau lebih banyak konsumen tanpa adanya batasan waktu wilayah, dan dapat dilakukan dimanapun kita berada.
 - c. *Digital marketing* dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang paling sukses karena hampir seluruh masyarakat global menggunakan *internet* dan berbagai macam *platform* seperti *Instagram*, *Line*, dan berbagai *e-commerce*.

- d. *Digital marketing* akan menjadi media yang paling praktis karena prosesnya yang sudah otomatis oleh *system*. Hal ini akan mempercepat proses jual beli yang dilakukan.
- e. *Digital marketing* membantu mengurangi biaya promosi karena *digital marketing* cenderung hanya menggunakan *internet* sehingga akan lebih hemat dan efisien untuk melakukan promosi tanpa adanya batasan.

4.2 Saran

Saran yang akan penulis sampaikan kepada Amazara selama satu bulan melaksanakan magang untuk meningkatkan kinerja *digital marketing* dari Amazara adalah sebagai berikut:

1. *Website*

Dalam meningkatkan minat konsumen terhadap pembelian melalui *website*, Amazara perlu meningkatkan performa *website* agar tidak memakan proses *loading* yang lama. Kebanyakan dari konsumen enggan menggunakan *website* Amazara karena proses *loading* nya yang cukup memakan waktu meskipun hanya beberapa detik saja.

2. *Instagram*

- a. Jangan memaksa promosi jika barang yang dipromosikan tidak *ready stock* atau sudah habis. Kebanyakan konsumen akan komplain jika kita mempromosikan barang yang sudah habis stoknya.

- b. Selalu memberikan informasi yang lengkap dan *up to date* jika Amazara sedang mengikuti sebuah bazar atau pameran di salah satu tempat. Hal ini akan memberikan kesadaran konsumen untuk datang ke bazar yang diadakan oleh Amazara.
- c. Manfaatkan *instagram* untuk lebih sering lagi melakukan edukasi mengenai perawatan dari produk yang dijual yaitu tas dan sepatu.

3. Tokopedia dan Shopee

Selalu cek *stock* yang termuat di dalam Tokopedia maupun Shopee. Karena jika barang habis namun konsumen sudah transfer untuk membayar produk yang dibeli maka akan menimbulkan kekecewaan dari konsumen kepada layanan dari Amazara.

Sebelum melakukan penjualan produk baru, alangkah baiknya dilakukan *tester* atau percobaan terlebih dahulu apakah produk tersebut nyaman di gunakan dan bertahan dalam jangka waktu yang lama. Agar slogan “*Affordably Stylish*” dari Amazara melekat dengan baik di mata konsumen. Barang yang harganya terjangkau namun kualitas yang baik akan tertanam dimata konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, N. K., & Warmika, I. K. (2017). Pengaruh Internet marketing, brand awerness, dan won communication terhadap keputusan pembelian produk SPA Bali Alus. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5580-5606.
- Chaffey, D. (2002). *E-Bussiness and E-commerce Management. Strategy, Implementation and Practice. Fourth Edition*. Prentice Hall.