

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh *Ourlash Beauty* dalam meningkatkan penjualan di Shopee.

1. Komunikasi merupakan hal yang penting bagi setiap manusia untuk mengutarakan keinginan atau kemauannya. Komunikasi memiliki tujuan yaitu memberikan informasi terhadap lawan bicaranya bisa individu, kelompok maupun perusahaan. Komunikasi dapat terlaksana apabila ada unsur didalamnya seperti komunikator, saluran atau media, komunikan.
2. Strategi Komunikasi Pemasaran merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan dari perusahaan dibentuk. Strategi Komunikasi Pemasaran meliputi bauran pemasaran yang berguna untuk menaikkan penjualan
3. Bauran pemasaran atau 4P's merupakan singkatan dari *Price, place, Promotion, Product* dimana dijelaskan arti dan cara untuk menaikkan penjualan untuk mencapai tujuan dari perusahaan itu sendiri. Teori 4P merupakan teori dasar yang biasanya di gunakan untuk melakukan pemasaran. Banyak *Online Shop* yang secara tidak sadar telah melakukan step-step dari teori tersebut.
4. Penjualan merupakan sebuah aktivitas di mana penjual atau seorang penyedia barang memberikan hak kepemilikan atas suatu barang dengan

ditukarkan dengan harga tertentu bisa secara langsung maupun tidak langsung. Setelah menerapkan teori Bauran Pemasaran 4P's penjualan *Ourlash Beauty* cukup meningkat.

## 5.2 Saran

*Online Shop* menawarkan banyak kemudahan praktis dalam bertransaksi, namun toko online juga dapat menimbulkan kekecewaan karena produk yang diinginkan tidak sesuai dengan yang diinginkan. *Online Shop* sebagai pilihan berbelanja untuk memenuhi kebutuhan semua pihak yang menggunakan namun masyarakat harus mewaspadaai penggunaan *Online Shop* mereka. Testimoni dari pengguna lain juga sangat penting dalam meminimalisir kejadian yang tidak di inginkan.

Oleh karena itu, penulis menyarankan agar *Ourlash Beauty* untuk mempertahankan kualitas dan kenyamanan kepada para pelanggan. Dari hasil testimoni pelanggan mencerminkan kualitas dari produk *Ourlash Beauty*. Penulis juga menyarankan untuk meningkatkan pemasaran menggunakan teori 4P's untuk meningkatkan penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Sabhur Miftah Maulana, Heri Susilo dan Riyadi, "Implementasi *E-Commerce* sebagai Media Penjual *Online*", Jurnal Prodi Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Vol.29 No.1,(2015).
- Candra Ahmadi dan Dadang hermawan, *E-Business dan E-Commerce*, (Yogyakarta: CV Andi Offset,2017)
- Hafied Cangara, Komunikasi Politik, konsep, teori, dan strategi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009)
- Muhammad Budyatna, Teori Komunikasi Antarpribadi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2011)
- Onong Uchjana Efendy, Ilmu komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002)
- Daryanto, ilmu komunikasi,(Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera,2011)
- Rosady Ruslan, Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations, (Jakarta: Grafindo Persada, 2000)
- Irene Diana Sari Wijayanti, SE,MM, Manajemen, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2012).
- Morrisan. (2010). Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Agus Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Erlangga : Jakarta
- Candra Ahmadi dan Dadang hermawan, *E-Business dan E-Commerce*, (Yogyakarta:CV Andi Offset,2017)
- Tom Hopkins, *Selling For Dummies*, (Caliifornia: IGD, Books Worldwide,2011), Basu Swastha, Manajemen Penjualan, (Yogyakarta:BPFF,2001), Ed,3 Kamus Besar Bahasa Indonesia
- Assauri Sofjan, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Rajawali Pres, 2014)
- Kasmir dan Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi)*, (Jakarta: Kencana Prenanda Media, 2015)..
- Ekawati Rahayu Ningsih, Perempuan dalam Strategi Komunikasi Pemasaran (Yogyakarta: Idea Press, 2009)
- Philip kotler and Kevin lane keller, Manajemen Pemasaran, Terj. Benyamin Molan, (jakarta:PT. Indeks,2009)
- Ekawati Rahayu Ningsih, Perempuan dalam Strategi Komunikasi Pemasaran (Yogyakarta: Idea Press, 2009)
- Rambat Lupiyodi, Manajemen Pemasaran Jasa, (Jakarta: Salemba Empat, 2013)
- Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2010)
- Kasmir dan Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi)*, (Jakarta: Kencana Prenanda Media, 2015)

Suryana, Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses, ( Jakarta: Salemba Empat, 2013)

Philip kotler and Kevin lane keller,Manajemen Pemasaran, Terj.Benyamin Molan,(jakarta:PT. Indeks,2009)

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatid dan R&D. Bandung: ALFABETA. 2007.

Bungin, B. (2007). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

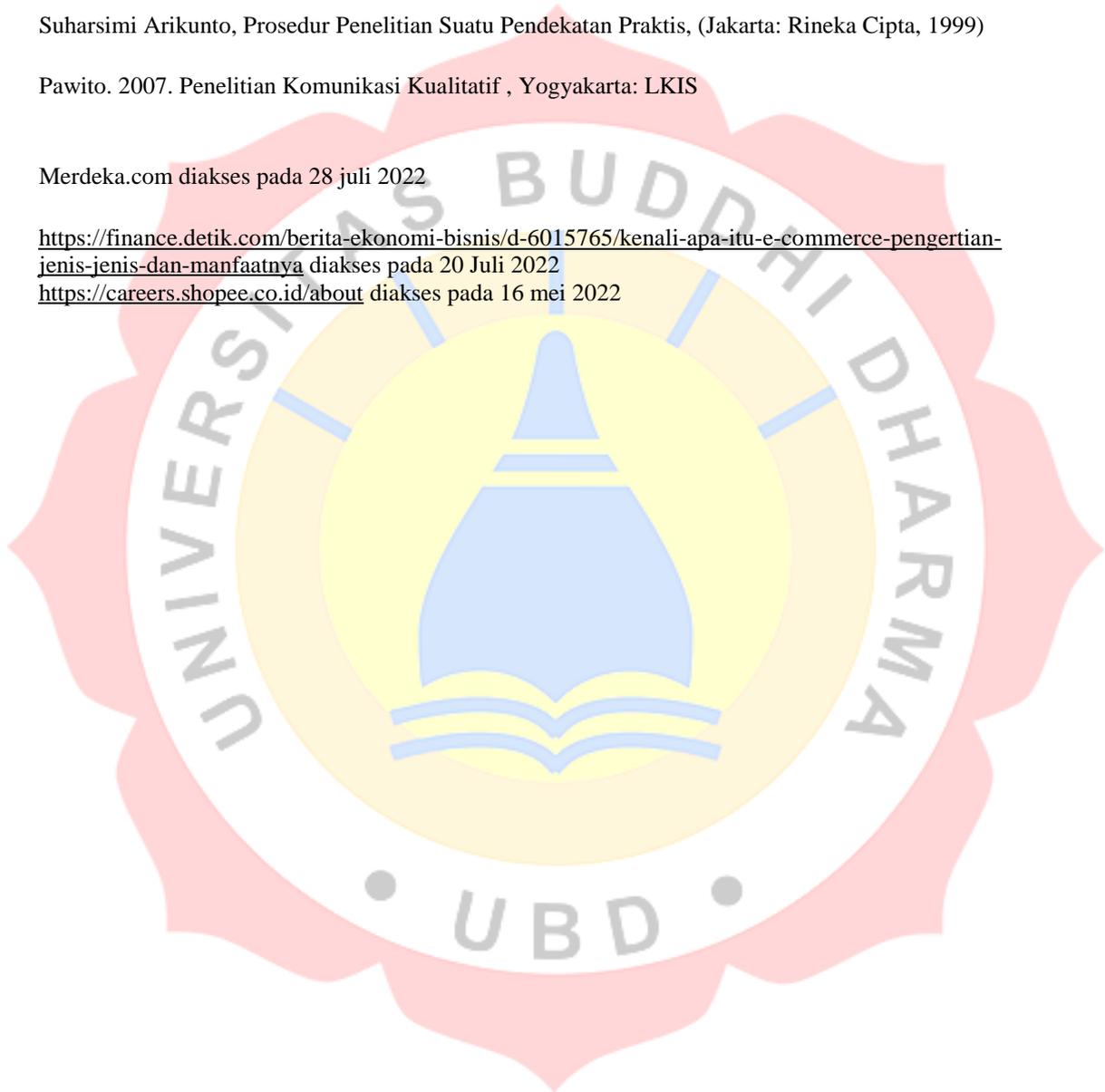
Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis, (Jakarta: Rineka Cipta, 1999)

Pawito. 2007. Penelitian Komunikasi Kualitatif , Yogyakarta: LKIS

Merdeka.com diakses pada 28 juli 2022

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6015765/kenali-apa-itu-e-commerce-pengertian-jenis-jenis-dan-manfaatnya> diakses pada 20 Juli 2022

<https://careers.shopee.co.id/about> diakses pada 16 mei 2022



**PEDOMAN WAWANCARA**  
**PENELITIAN SKRIPSI DENGAN JUDUL**  
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *OURLASH BEAUTY* MELALUI**  
**SHOPEE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

**Narasumber :**

**Nama : Yonathan**

**Jenis kelamin : Laki-Laki**

**Status : Pemilik**

**PERTANYAAN:**

1. Siapa yang memberikan ide untuk membuka bisnis online?
2. Bagaimana sejarah anda membuat dan memilih nama *Ourlash Beauty*
3. Mengapa anda memilih produk perlengkapan *Eyesh Extension*?
4. Apa barang yang anda jual apakah hanya perlengkapan *Eyesh Extension* ?
5. Strategi Pemasaran seperti apa yang anda gunakan agar *Ourlash Beauty* dikenal oleh publik?
6. Mengapa anda terpikirkan untuk membuat variasi bulu mata dan bulu mata magnet?
7. Menurut anda apa kelebihan dari produk anda sendiri?
8. Mengapa anda memilih Shopee sebagai media pemasaran dan transaksi anda?
9. Bagaimana cara anda menggiring customer anda untuk melakukan transaksi di Shopee?
10. Bagaimana cara anda menjaga loyalitas konsumen anda?
11. Apakah penilaian dari customer penting bagi anda?

## TRANSKRIP WAWANCARA

**Narasumber :**

**Nama : Yonathan**

**Jenis kelamin : Laki-Laki**

**Status : Pemilik**

### PERTANYAAN:

1. Penulis : Siapa yang memberikan ide untuk membuka bisnis online?

Narasumber : Saya sendiri, saya melihat ada nya peluang di masa sekarang ini.

2. Bagaimana sejarah anda membuat dan memilih nama *Ourlash Beauty* sebagai nama toko anda?

Narasumber : Saya ingin nama toko saya mudah di ingat orang dan mencerminkan produk yang saya jual. Pencarian nama toko merupakan satu hal yang lumayan sulit, saya ingin nama toko saya mudah diingat orang dan mencerminkan produk yang saya jual, yaitu *eyelashes*

3. Mengapa anda memilih produk perlengkapan *Eyelash Extention*?

Narasumber : Awalnya saya menawarkan produk-produk saya secara offline ke toko dan salon kecantikan, tetapi karena kemajuan teknologi sekarang saya mengarahkan semua customer saya untuk melakukan pembelian melalui online shop.

4. Apa barang yang anda jual apakah hanya perlengkapan *Eyelash Extention* ?

Narasumber : Tidak hanya itu. Saya menjual berbagai macam produk untuk *eyelash, nail art* dan *waxing*. Awalnya saya hanya berjualan produk untuk *eyelash* saja, tapi ada banyak dari permintaan *customer* kami untuk mengadakan produk-produk *nail art* juga dan saya berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan para *customer* kami. Berawal dari dropshipper, kita tidak ingin menghilangkan hal tersebut, melainkan dengan kualitas dan kita juga tau seberapa banyak barang keluar setiap harinya, kita jadi berani untuk mengambil barang dengan grosir.

5. Strategi Pemasaran seperti apa yang anda gunakan agar *Ourlash Beauty* dikenal oleh publik?

Narasumber : *promotion, endorsment, ads*

6. Mengapa anda terpikirkan untuk membuat variasi bulu mata dan bulu mata magnet?

Narasumber : Memang benar saya menjual produk bulu mata *extention* lokal dan import, namun ketika saya selidiki ternyata bulu mata dan peralatan yang saya jual itu memiliki kualitas yang kurang menurut saya, maka dari itu saya ingin membuat bulu mata dengan harga yang mirip namun kualitas dari bulu mata itu sendiri *premium*. Saya mempromosikan merek saya sendiri cukup mudah dikarenakan memang sudah banyak studio yang ambil produk bulu mata dari saya, jadi saya tinggal melakukan promosi kepada konsumen studio saya

7. Menurut anda apa kelebihan dari produk anda sendiri?

Narasumber : barang yang saya jual memiliki beberapa macam varian harga, ada yang murah, sedang, dan *premium*. Setiap produk yang kita jual memiliki

keunggulannya masing-masing. Yang pastinya semakin mahal akan semakin lembut dan ringan

8. Mengapa anda memilih Shopee sebagai media pemasaran dan transaksi anda?

Narasumber : Saya memilih shopee karena saat ini instagram hampir digunakan oleh semua orang dan semua kalangan

9. Bagaimana cara anda menggiring customer anda untuk melakukan transaksi di Shopee?

Narasumber : Jika *customer* saya yang DM instagram saya namun takut untuk melakukan pembelian secara pribadi maka saya arahkan untuk melakukan transaksi lewat Shopee

10. Bagaimana cara anda menjaga loyalitas konsumen anda?

Narasumber : Dengan cara menjaga kualitas barang yang kita jual dan selalu melakukan *quality check* sebelum di kirim, barang yang saya kirim sudah melewati beberapa tahap pengecekan dan saya foto barangnya beserta resinya, agar *customer* dapat melihat barang yang saya kirim sudah sesuai dan berfungsi dengan baik

11. Apakah penilaian dari customer penting bagi anda?

Narasumber : sangat penting, penilaian *customer* sangat berpengaruh untuk penjualan saya ke depannya, karena di jaman sekarang *customer* akan membaca *review* terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian. Penilaian pembeli sangat penting dikarenakan pasti ada rekomendasi dari mulut ke mulut. Menurut saya yang memberikan bintang 1, memang dikarenakan pihak lain. Mungkin kurir,

barang jadi pecah atau rusak. Kami sudah mengecek sebelumnya, dan memastikan barang bagus dan tidak ada cacat.





August 4, 2022

**Editor Explanation:**

Dears  
Thank you for your attention our services.  
**GARREN EBEN**

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Faculty : Sosial & Humaniora/Ilmu Komunikasi  
Title :  
20180400043

ID Student : 20180400043

**Turnitin** suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count : 7859  
Character Count : 50919  
**Similarity Index : 17**  
Internet Source : 16  
Publication : 3  
Student Paper : 9  
Exclude quotes : Off  
Exclude bibliography : On  
Exclude matches : 10 words

This report provides results of literature similarity assessment, if the result show unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

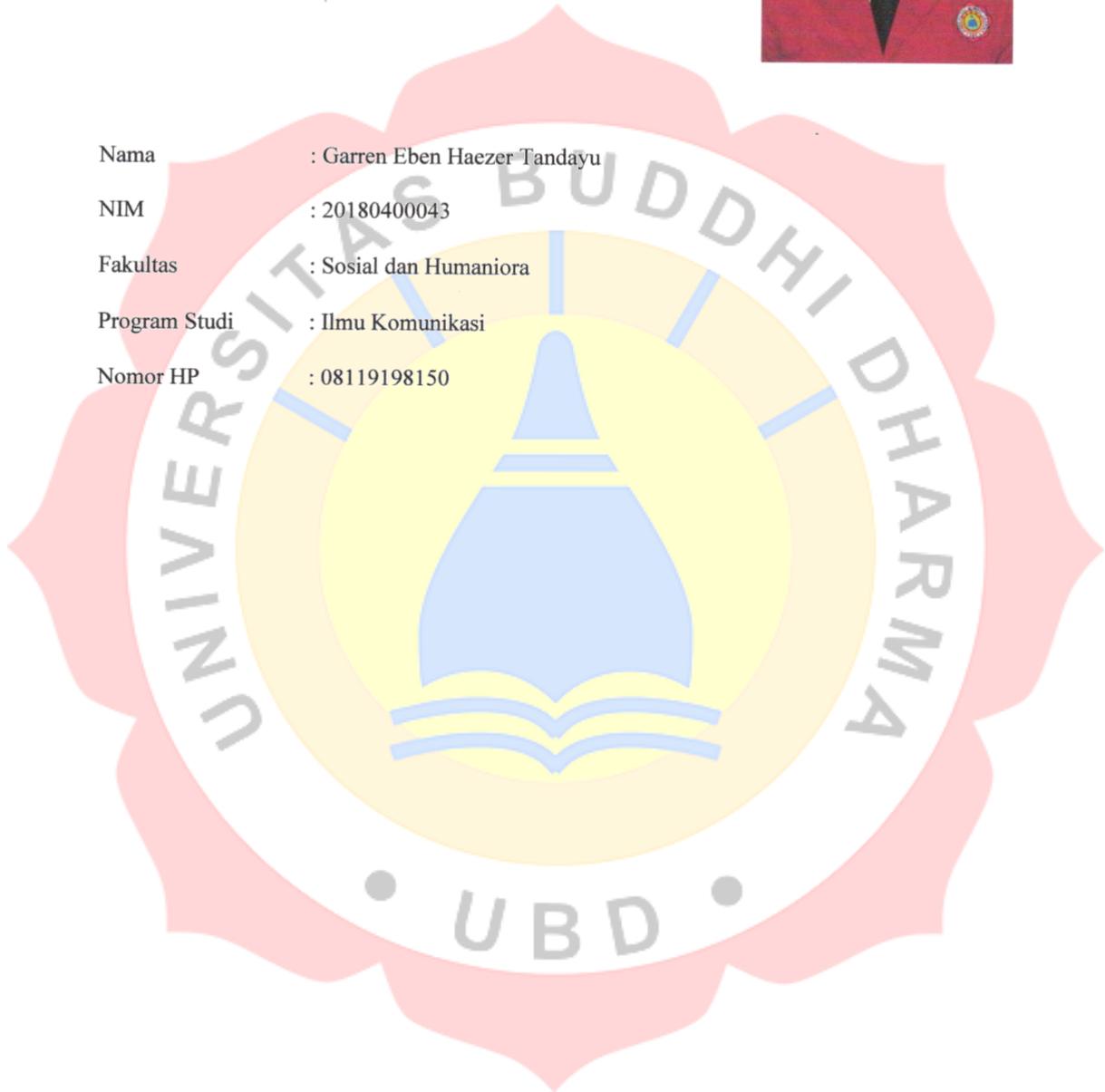
Sincerely,  
**Riki, M.Kom**  
UBD-Training Center





## CURRICULUM VITAE

Nama : Garren Eben Haezer Tandayu  
NIM : 20180400043  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Nomor HP : 08119198150





# UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang  
021 5517853 / 021 5586822 admin@buddhidharma.ac.id

## ARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

IM : 20180400043  
Nama Mahasiswa : GARREN EBEN HAEZER TANDAYU  
Kultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tingkat : Strata Satu  
Tahun Akademik/Semester : 2021/2022 Genap  
Dosen Pembimbing : Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom  
Judul Skripsi : strategi komunikasi pemasaran online shop ourlash beauty melalui aplikasi media sosial dan e commerce dalam meningkatkan penjualan

Tanggal	Catatan	Paraf
22-03-16	Pengantar mengenai Penulisan Tugas Akhir/ Karya Ilmiah	
22-03-29	Pengajuan judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop Ourlash Beauty Melalui Aplikasi Media Sosial dan E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan.	
22-04-12	Membuat Kerangka Pemikiran	
22-05-10	Latar Belakang Masalah Penelitian dan Kerangka Pemikiran	
22-06-07	Revisi BAB 1 dan melanjutkan BAB 2	
22-06-23	Revisi BAB 1 & BAB 2	
22-06-29	Membuat BAB 3	
22-07-04	Revisi BAB 3, dan melanjutkan BAB 4	
22-07-23	Revisi BAB 3 dan BAB 4	
22-07-29	Revisi Akhir BAB 4 dan 5, Daftar Pustaka, Abstract	
22-07-30	Pengecekan kelengkapan dokumen soft Skripsi	

Mengetahui

Petua Program Studi

Aluh Kusuma Hapsari, M.IKom.



**FAKULTAS  
SOSIAL DAN HUMANIORA**

Tangerang, 04 September 2022

Pembimbing

Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom