

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh MM Elektrik Shop ini dalam meningkatkan penjualan di Shopee yaitu:

1. MM Elektrik Shop telah menerapkan berbagai strategi komunikasi pemasaran yang efektif di platform Shopee. Mereka menggunakan kombinasi promosi diskon, voucher, dan kampanye iklan pada media sosial untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu, mereka juga aktif dalam merespons pertanyaan dan ulasan pelanggan, serta menggunakan gambar produk berkualitas tinggi dan deskripsi yang informatif untuk menarik minat pembeli potensial. Peningkatan penjualan yang terjadi pada MM Elektrik Shop ini menggunakan beberapa strategi pemasaran yang dijalankan dan juga dibangun yaitu dengan menjadikan media sosial sebagai jembatan dari penjualan di shopee. Di mana terdapat link yang dicantumkan di instastorynya, menghubungkan langsung link tersebut keshopee MM Elektrik Shop ini. Dan juga dalam peningkatannya, MM Elektrik ini terlihat terjadinya peningkatan penjualan dari beberapa hal di antaranya level toko biasa menjadi star, pengikut yang semakin banyak, komentar yang bagus, dan juga adanya penonton live shopee yang semakin banyak.
2. Alasan utama MM Elektrik ini dalam menggunakan Shopee yaitu dari penggunaannya yang sangat mudah yang memungkinkan agar semua orang bisa menggunakan Shopee ini. Dan juga MM Elektrik ini sadar akan kemajuan teknologi, yang memang proses jual beli di jaman sekarang memakai internet sebagai medianya.
3. Bauran pemasaran 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. Selain itu MM Elektrik Shop ini juga menggunakan analisi SWOT dalam penjualannya. Setelah menerapkan teori Bauran Pemasaran 4P's dan analisi SWOT ini dapat dipastikan penjualan MM Elektrik Shop terjadi peningkatan.

5.2 Saran

Belanja online menawarkan berbagai kemudahan dalam bertransaksi. Namun, belanja online juga dapat menyebabkan kekecewaan apabila produk yang diterima tidak sesuai dengan harapan. Belanja online ini dapat menjadi pilihan untuk memenuhi kebutuhan semua pengguna, tetapi masyarakat harus berhati-hati dalam penggunaannya. Testimoni dari pengguna lain sangat penting untuk meminimalkan kejadian yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar MM Elektrik Shop mempertahankan kualitas dan kenyamanan bagi para pelanggan. Testimoni pelanggan mencerminkan kualitas produk MM Elektrik Shop. Penulis juga menyarankan untuk meningkatkan pemasaran dengan menggunakan teori 4P dan tentunya dengan menggunakan analisis SWOT untuk meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Bintang, R., & Aisyah, S. (2023). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Terhadap Produk Herbal Untuk Peningkatan Profit Pt. Penawar Legenda Maju. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 9554–9562.
- Hariyanto, D. (2021). *pengantar ilmu komunikasi* (F. A. DarmaDjarot & M. Utomo (eds.)). UMSIDA Press.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133.
- Jumrad, O. T., & Mayang Sari, I. D. (2019). Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi Melalui Group Chat Whatsapp Oriflame. *Jurnal Common*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1953>
- Kartika, I., & Fariza, M. (2022). *Analisa 7p Marketing Mix Untuk Pengembangan Strategi Manajemen Pemassaran Pada Perumahan Grand Sutawangi Majalengka*. 202, 13–20.
- Kotler, P., Molan, B., Sarwiji, B., & Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran* (cet. 4). PT indeks,2009.
- Putro, K. A., Hasiholan, L. B., & Seputra, A. (2021). Pengaruh E-Commerce, Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Industri Ekonomi Kreatif PT. Immortal Cosmedika Indonesia. *Journal of Management*, 1–10. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1754>
- Rachmawati, R., Teknologi, J., & Semarang, U. N. (2011). *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*. 2(2), 143–150.
- Riana, N., Purwani, fitria endah, Shovmayanti, noor afy, Rahel, tiarlin lvida, Sugihanawati, A., & Rahma, N. (2024). *pengantar ilmu komunikasi* (S. & Efitra (ed.)). pt sonpedia publishing indonesia.
- Safitri, L. A., & Dewa, C. B. (2020). Analisa Pengaruh Masa New Normal Pada Penjualan Online Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 22(2), 117–125. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i2.12494>

Silviani, I. (2020). *komunikasi organisasi* (I. Silviani (ed.)). PT. Scopindo Media Pustaka.

Tulandi, E. V., Rifai, M., & Lubis, F. O. (2021). *Strategi Komunikasi Akun Instagram UbahStigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental*. 7(2), 136–143.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Ferdy Hermawan
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 31 Agustus 2002
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Buddha
Kewarnegaraan : Indonesia
Alamat : Kp. Cengklong RT.024/RW.012, kec.
Kosambi Kab. Tangerang, Banten
Email : hermawanferdy122@gmail.com
IPK Terakhir : 3.78



RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SDN Blimbing 1
SMP : SMPN 1 TelukNaga
SMK : SMK Bonavita
Perguruan Tinggi : Universitas Buddhi Dharma

RIWAYAT PEKERJAAN

PT. Solusi Tani : 12 Agustus 2022 - Sekarang

LAMPIRAN



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

Nama Narasumber : Marcel Marthius

Jenis kelamin : Laki-laki

Status : Pemilik MM Elektrik Shop

PERTANYAAN :

1. Siapa yang memberikan ide untuk membuka bisnis?
2. Bagaimana sejarah anda membangun usaha ini?
3. Lalu bagaimana anda bisa sampai memilih nama mm elektrik shop ini untuk bisnis anda?
4. Dalam usaha ini, apa yang anda jual?
5. Selain alat perlengkapan listrik ini, apakah ada produk lain yang anda jual?
6. Dalam melakukan bisnis ini, Strategi Pemasaran seperti apa yang digunakan mm elektrik ini agar bisa dikenal oleh banyak orang?
7. Apa yang membuat anda memutuskan untuk menjual alat-alat listrik ini?
8. Menurut anda apa kelebihan dari produk anda sendiri?
9. Mengapa anda memilih Shopee sebagai media pemasaran dan transaksi anda?
10. Bagaimana cara anda menggiring customer anda untuk melakukan transaksi di Shopee?
11. Apa yang membuat toko anda ini berbeda dengan toko lainnya? Mungkin dari promonya atau voucher2 lainnya?
12. Bagaimana cara anda agar konsumen ingin belanja ditoko anda?
13. Apakah penilaian dari customer penting bagi anda?
14. Tempat tanggal lahir dan alamat tinggal?
15. Apa yang anda lakukan untuk mendapatkan banyak pengikut toko ini?
16. Cara apa atau langkah apa saja yang sudah dilakukan untuk mencapai star?

TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Narasumber : Marcel Marthius
Jenis kelamin : Laki-laki
Status : Pemilik MM Elektrik Shop

PERTANYAAN :

1. Siapa yang memberikan ide untuk membuka bisnis?

Narasumber : Ide dari Diri sendiri

2. Bagaimana sejarah anda membangun usaha ini?

Narasumber : Berawal dari bisnis offline menjual ke toko-toko offline. Pada saat terdampak pandemi covid di tahun 2020 berusaha berpikir bagaimana cara untuk mendapatkan customer tanpa harus berkunjung ke toko offline, lalu mendapatkan ide membuat akun online shop di marketplace, foto-foto produk yang akan dijual nantinya. Lalu mengikuti dan juga membuat promosi dari marketplace yang sudah disediakan dan juga mengiklankan produk dari fitur marketplace. Dan juga membuat konten vidio dari produk yang dijual.

3. Lalu bagaimana anda bisa sampai memilih nama mm elektrik shop ini untuk bisnis anda?

Narasumber : Untuk nama mengapa dari MM yaitu artinya dari nama pribadi jadi di singkat dengan MM, untuk elektrik karna kita menjual alat-alat listrik dan maka itu jadilah nama MM ELEKTRIK SHOP.

4. Dalam usaha ini,apa yang anda jual ?

Narasumber : hanya menjual alat-alat listrik, sebagian kecil dari itu juga menjual elektronik dan juga alat-alat pertukangan (material).

5. Selain alat perlengkapan listrik ini, apakah ada produk lain yang anda jual?

Narasumber : Produk elektronik dan barang material.

6. Dalam melakukan bisnis ini, Strategi Pemasaran seperti apa yang digunakan mm elektrik ini agar bisa dikenal oleh banyak orang?

Narasumber : Pastinya untuk strategi Pemasaran mengikuti zaman yang berkembang, seperti membuat konten produk dan di share ke sosial media.

7. Apa yang membuat anda memutuskan untuk menjual alat-alat listrik ini?
Narasumber : Karena basic dari awal dibidang alat listrik sehingga memutuskan untuk menjual alatalat listrik.
8. Menurut anda apa kelebihan dari produk anda sendiri?
Narasumber : Pastinya berkualitas, dan sesuai yang di butuhkan oleh customer.
9. Mengapa anda memilih Shopee sebagai media pemasaran dan transaksi anda?
Narasumber : Karena mudah untuk digunakan dan gampang di pahami dari fitur yang ada, sehingga dapat mudah untuk berjualan di shopee.
10. Bagaimana cara anda menggiring customer anda untuk melakukan transaksi di Shopee?
Narasumber : Membuat promosi, membuat iklan produk, dan juga membuat konten produk.
11. Apa yang membuat toko anda ini berbeda dengan toko lainnya? Mungkin dari promonya atau voucher2 lainnya?
Narasumber : Mungkin dari promonya atau voucher2 lainnya? Pastinya untuk yang membedakan dengan toko lain yaitu menjual produk lengkap tidak berfokus ke alat listrik saja tapi ada produk diluar dari itu saja. Dan membuat promosi yang lebih menarik.
12. Bagaimana cara anda agar konsumen ingin belanja ditoko anda?
Narasumber : pastinya Harga harus bersaing, dan juga menjalin hubungan dengan baik dengan konsumen, seperti membalas chat dengan cepat, sopan dan, ramah
13. Apakah penilaian dari customer penting bagi anda?
Narasumber : Penilaian pembeli sangat penting bagi toko kami, karena pasti ada rekomendasi dari mulut ke mulut. Sangatlah penting karna untuk membangun kepercayaan kepada customer.
14. Tempat tanggal lahir dan alamat tinggal?
Narasumber : Jakarta 7 agustus 2002. Sepatan tangerang banten.
15. Apa yang anda lakukan untuk mendapatkan banyak pengikut toko ini?

Narasumber : ya, sebenarnya banyak banget cara yang bisa dilakuin sih. Tapi cara yang saya lakukan yaitu dengan terus konsisten dan tidak bosan saya melakukan promosi ke media sosial lain tentang keberadaan toko saya ini. Dan juga dengan terus memberikan promo-promo yang menarik dengan tujuan untuk membuat pelanggan bisa setia dengan toko kami, dengan begitu pelanggan saya ini dapat melakukan promosi mouth to mouth artinya dari rekomendasi

16. Cara apa atau langkah apa saja yang sudah dilakukan untuk mencapai star?

Narasumber : wah kalo ditanya gimana caranya agak panjang ya jelasinnya. Cuma intinya itu saya dalam mendapatkan level toko star ini lumayan banyak lah langkah atau ketentuan dari shopeenya yang harus saya dicapai. Pertama, itu kita harus selalu konsisten dalam penjualan, kedua itu tentu aja toko harus memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya, ketiga itu penjualan itu harus terpenuhi dalam artian dari segi waktu barang sampai ke sipembelinya ini dan juga tentunya kita juga toko harus selalu ngikutin ketentuan yang udah ditetepin sama shopeenya ini. Otomatis kalo udah semuanya itu terpenuhi toko kita juga bakalan jadi cepet naik presentasinya juga dan itu bisa ngebuat toko kita dari yang awal menjadi ke level star



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Kreativitas Membangkitkan Inovasi

No : 055/II/FSH/VII/2024
Lampiran :-
Perihal : Permohonan Izin Pengambilan Data Skripsi

Yth.

Bapak Marcel Marthius
Owner MM Elektrik Shop
MM Elektrik Shop

Dengan hormat,

Sehubungan dengan kewajiban bagi mahasiswa semester akhir untuk menyelesaikan skripsi di Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma, dengan ini kami mengajukan permohonan izin untuk pengambilan data skripsi di MM Elektrik Shop bagi mahasiswa kami di bawah ini:

Nama : **Ferdy Hermawan**
NIM : 20200400010
Semester : VIII (8)
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran MM Elektrik Shop dalam Meningkatkan Penjualan di Platform Shopee

Demikian surat permohonan izin ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama Bapak kami mengucapkan terima kasih.

Tangerang, 11 Juli 2024

Hormat kami,


Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom
Kaprosdi Ilmu Komunikasi

Tembusan:
1. Arsip



July 23, 2024

Editor Explanation:

Dears Ferdy Hermawan,
Thank you for your trusts in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID : 20200400010
Faculty : Ilmu Komunikasi
Title : Strategi Komunikasi Pemasaran MM Elektrik Shop
Dalam Meningkatkan Penjualan Di Platform Shopee
Type : Thesis

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

Word Count : 9311
Character Count : 70127
Similarity Index : 15%
Internet Source : 14%
Publication : 5%
Student Paper : 6%
Exclude quotes : Off
Exclude bibliography : Off
Exclude matches : Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results 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,
Frendy Dodo Chang, S.Kom
Faculty of Social Sciences and Humanities
Buddhi Dharma University (UBD)



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

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

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20200400010
Nama Mahasiswa : FERDY HERMAWAN
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2023/2024 Genap
Dosen Pembimbing : Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MM ELEKTRIK SHOP
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI PLATFORM SHOPEE

Tanggal	Catatan	Paraf
2024-04-04	Konsultasi Judul	
2024-04-10	Bab 1	
2024-04-24	Review Bab 1, penjelasan Bab 2	
2024-05-09	bab 2	
2024-05-23	bab 2 rumusan masalah, Bab 3	
2024-05-30	bab 3	
2024-06-06	bab 3	
2024-06-13	bab 3 lanjut bab 4	
2024-06-20	bab 4	
2024-06-27	bab 4	
2024-07-04	review draft lamiran wawancara dan bab 4	
2024-07-10	bab 5	
2024-07-11	Bab v	

Mengetahui
Ketua Program Studi



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom

Tangerang, 11 July 2024

Pembimbing



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom