KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Perkembangan pada industri kreatif di bidang *e-commerce* di Indonesia melahirkan banyaknya jenis *e-commerce* dan pengusaha-pengusaha baru baik itu besar maupun kecil. Untuk dapat bertahan di industri ini, pelaku bisnis harus memiliki kreatifitas untuk dapat bersaing dengan kompetitornya. Mengembangkan sistem dan pemasaran yang baik merupakan hal utama yang menjadi nilai jual dan modal utama dari sebuah *e-commerce* untuk menjangkau konsumen nya. Namun hal tersebut belum cukup membuat sebuah *e-commerce* dapat bersaing. Komunikasi pemasaran yang efektif diperlukan oleh sebuah *e-commerce* baru untuk dapat bersaing dalam industri yang berkembang selama beberapa tahun belakangan ini.

Infamp adalah salah satu perusahaan yang mencoba peruntungannya di industri *e-commerce*, berawal dari tiga anak muda yang memiliki tujuan untuk mengembangkan dan melestarikan produk Indonesia melalui sistem *e-commerce*. Muncullah sebuah ide yang dimana mereka membuat sebuah *e-commerce* yang khusus produk Indonesia yang mereka beri nama Indonesia *fashion Marketplace* yang disingkat Infamp. Dunia *e-commerce* tidak mudah untuk dijalani butuh banyak pembelajaran, hal tersebut pun dilakukan bapak Linardi Lianto selaku CEO dan *co-founder* Infamp. Dengan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki pak Linardi beserta teman-temannya akhirnya berhasil membuat *e-commerce* Infamp yang dimana sekarang ini merupakan industri yang sedang berkembang.

Apa yang telah dilakukan oleh Infamp ternyata cukup baik untuk sebuah perusahaan baru dalam tingkat persaingan yang tunggu di industri ini. Hal ini disayangkan karena kurangnya biaya untuk pemasaran, sehingga Infamp harus berusaha sekreatif mungkin

untuk mengeluarkan biaya sekecil-kecilnya dan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Dengan modal pengetahuan dan kreatif dari bapak Linardi serta kedua temannya membuat Infamp ini bisa terus bertahan atau survive di industri *e-commerce* Indonesia, meskipun di tahun 2016 *e-commerce* di Indonesia mulai menjamur. Dengan konsep dan sistem yang disediakan ternyata dapat meningkatkan rasa keingintahuan sehingga membuat target sasarannya merasa tertarik untuk mencari tahu mengenai Infamp ini.

Untuk menjawab segala keingintahuan masyarakat, Infamp *member*ikan promo-promo melalui media sosial dan membiarkan target sasarannya mencoba berbelanja di Infamp dengan harga yang cenderung murah. Dari promo yang diberikan tersebut, Infamp memunculkan kesan yang nyaman dalam berkomunikasi dengan para konsumennya. Melalui media *chat* yang disediakan Infamp *member*ikan informasi-informasi yang mempermudah konsumennya menggunakan sistem yang disediakan. Hal tersebut dilakukan ke dua belah pihak konsumen yang dimana Infamp menyebut pembeli sebagai *client* dan penjual sebagai *member*.

Strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Infamp berpengaruh terhadap keputusan pembelian para *member*nya dan keputusan *client* untuk berjualan di Infamp, karena *member*ikan keinginan dan informasi yang dibutuhkan oleh para konsumennya sehingga konsumen dapat mengenal dengan baik *e-commerce* tersebut. Selain itu dengan strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan Infamp membuahkan hasil dengan meningkatnya *traffic* dalam perbulan bisa ada ribuan pengunjung *website* dan juga konsumen yang melakukan pembelian ulang (*Repeat Purchase*), yang dimana terdapat penjualan sekitar ratusan produk dalam sebulan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

B. Saran

1. Saran Akademis

a. Seiring berjalannya waktu, dunia komunikasi pemasaran (*marketing communication*) pasti mengalami perkembangan. Bagi mahasiswa yang nantinya ingin meneliti masalah dengan tema yang serupa, diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam lagi daripada yang sudah ada dan disesuaikan dengan perkembangan yang ada.

b. Menggunakan pendekatan-pendekatan lainnya atau juga yang baru dan menarik untuk mempersuasif subyek penelitian agar mau meluangkan waktunya untuk diwawancarai.

2. Saran Praktis

a. Pemasaran digital yang diterapkan oleh pihak Infamp di media sosial merupakan suatu hal yang luar biasa karena dengan menggunakan media saja dapat mempengaruhi sikap pembelian konsumen dan menarik para pengusaha produk *fashion* lokal untuk bergabung. Namun alangkah baiknya jika Infamp dapat mengeluarkan dana untuk melakukan pemasaran lainnya. Karena dari konsumen Infamp sendiri mengharapkan Infamp untuk lebih gencar lagi dalam melakukan pemasaran mungkin beriklan, menggunakan sales promotion dan lainnya sehingga bisa menjadi salah satu *e-commerce* besar seperti Zalora, tokopedia dan lainnya.

b. Saran dari konsumen untuk Infamp agar lebih diperbanyak lagi produk-produknya. Untuk sekarang ini produk yang ada di Infamp masih terbatas. Sehingga *member* bisa lebih banyak pilihan untuk berbelanja.

c. Tampilan Infamp semakin kesini semakin baik, dilihat dari tampilannya yang dulu biasa sekarang keliatan lebih elegan dan terkesan elit. Namun hal ini harus terus dilakukan inovasi yang disesuaikan dengan jaman.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.