

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti di tempat yang bersangkutan maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Bentuk implementasi strategi promosi melalui Lazada *Adsense* pada online shop Soka-soka adalah dengan menampilkan produk pada laman Lazada melalui halaman pencarian, rekomendasi dan fitur untukmu dengan memanfaatkan fitur peningkatan trafik dan penjualan. Soka-soka juga rajin melakukan riset produk melalui pencarian di Lazada yang lagi viral dan yang sedang dibutuhkan pelanggan serta melakukan pelayanan yang memuaskan dan menggunakan strategi promosi menarik berupa voucher, diskon dan paket hemat. Strategi yang digunakan Soka Soka ini selaras dengan teori yang diungkapkan oleh Handito Hadi Joewono tentang strategi yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan, strategi tersebut ialah selalu membangun persepsi yang baik sesuai dengan *brand positioning*, menyajikan produk baru, melakukan pendekatan dengan konsumen, dan harga kompetitif.
2. Peran strategi promosi melalui Lazada *adsense* pada *online shop* Soka Soka dalam memenangkan persaingan bisnis telah sesuai dengan teori Barney dan Hestlerly yang menyatakan bahwa kemenangan persaingan bisnis bergantung kepada kemampuan perusahaan dalam menentukan metode saat

membuat keunikan bisnisnya. Dari strategi yang digunakan, Soka Soka telah memimpin dengan jumlah penjualan dan pendapatan yang tertinggi yaitu 29.849 produk terjual selama satu tahun dengan pendapatan Rp1.503.861.859. Lalu Mura Mura mendapati produk terjual selama satu tahun yaitu 7.300 produk dengan pendapatan Rp 230.185.439. Setelah itu ada Larispol yang dalam satu tahun menjual produk 1.522 dengan pendapatan Rp 60.871.506 dan yang terakhir Toko Abracans yang menjual produk selama satu tahun sebanyak 586 dengan pendapatan Rp 23.366.860. Hal ini terbukti bahwa dengan memanfaatkan fitur promosi berbayar di Lazada mampu untuk memenangkan persaingan dengan ketiga toko yang ada di Lazada tersebut.

A. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah di paparkan berikut ada beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan atau masukan:

1. Bagi akademik, akan terbukanya ruang baru dalam mengembangkan teori-teori pemasaran dengan semakin berkembangnya teknologi informasi yang sudah ada saat ini. Sehingga akan banyak ranah-ranah baru untuk mengembangkan teori yang sudah ada.
2. Skripsi yang diteliti oleh peneliti masih banyak kekurangannya karena hanya membahas satu aspek saja yaitu strategi promosi saja, untuk selanjutnya bisa menggunakan strategi *adsense atau promosi berbayar* pada perusahaan dengan sektor bisnis yang berbeda, bisa juga membandingkan sebelum dan sesudah penggunaan strategi

adsense atau promosi berbayar pada bisnis online atau membahas keefektivitasan strategi *adsense* atau promosi berbayar berdasarkan metode dan variabel-variabel berdasarkan sudut pandang konsumen.