

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melakukan analisa pada Bike Rep dan perancangan aplikasi *e-marketing* sebagai strategi pemasaran alternatif menghasilkan kesimpulan bahwa :

1. Strategi pemasaran yang dipakai oleh Bike Rep masih sangat konvensional. Bagian *sales* hanya akan melakukan penawaran jika ada konsumen yang datang ke toko . Strategi pemasaran yang berlaku selama ini belum dapat memberikan peningkatan penjualan secara maksimal . Hasil analisa eksternal dan internal Bike Rep menghasilkan strategi baru yang dapat diterapkan pada Bike Rep yaitu strategi penetrasi pasar . Strategi penetrasi pasar dapat diwujudkan dalam bentuk *e-marketing*
2. *E-marketing* memberikan kemudahan bagi Bike Rep untuk menyebarkan informasi terbaru mengenai Bike Rep sehingga para pelanggan dapat memperoleh informasi secara cepat dan akurat. Penggunaan E-marketing juga menghemat waktu bagi Bike Rep maupun bagi pelanggan Bike Rep karena informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan dapat dilihat dan dipelajari sendiri tanpa melakukan kontak langsung di antar keduanya.
3. *E-marketing* memudahkan pelanggan melakukan pemesanan. Website Bike Rep memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara *Online*. Pelanggan dapat menghemat waktu dengan mencari informasi mengenai produk di halaman yang telah disediakan. Selain itu *E-marketing* membantu Bike Rep

mempererat hubungan dengan pelanggan . *website* Bike Rep menyediakan fitur-fitur berupa forum, *testimonials*, *news*, *newsletter*, dan *contact us* . fitur-fitur tersebut dibuat agar pelanggan dapat dengan mudah menghubungi pihak Bike Rep dan saling berbagi informasi dengan pelanggan lainnya.

5.2. Saran

Untuk mengembangkan kinerja dan produktivitas pada kegiatan pemasaran Bike Rep , maka diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pengembangan *website* diimplementasikan secara nyata oleh Bike Rep .
2. Pengembangan *website* bisa dikembangkan ke arah *e-commerce* tidak hanya terbatas pada pemasaran dan pemesanan barang, tapi juga bisa melakukan transaksi jual dan beli secara *online*.
3. Pengembangan *website* dilakukan dengan melakukan *hosting* dari pihak luar untuk mempermudah Bike Rep memelihara *website*-nya dan meringankan biaya sehingga tidak perlu banyak mengeluarkan biaya.
4. Bike Rep bisa terus memberikan informasi terbaru bagi para konsumennya agar konsumen bisa terus berkunjung ke *website*-nya
5. Setelah implementasi dilakukan, bisa melakukan proses evaluasi yang lebih mendalam untuk mengetahui seberapa jauh *website e-marketing* ini bisa member kontribusi bagi penjualan dan profit Bike Rep .