

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil evaluasi dan perancangan yang peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil evaluasi *digital promotion* yang telah dijalankan *e-commerce XYZ* selama ini dengan menggunakan pengukuran *RACE Models* melalui *KPI's* pada *Inbound Marketing Funnel*, memperlihatkan hasil yang kurang optimal untuk masing-masing aktivitas masing tahap pada *RACE Models*.
2. Berdasarkan hasil kuisisioner yang di dapat oleh peneliti, mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan wanita untuk bertransaksi di *e-commerce* adalah warna, konten yang menarik, promosi, *gimmick/rewards/fitur* yang terdapat di dalam *e-commerce* tersebut, dan kelengkapan produk.
3. Berdasarkan hasil evaluasi sebelumnya, menyatakan bahwa *e-commerce XYZ* membutuhkan perancangan *digital promotion plan* yang baru untuk kedepannya. Untuk itu peneliti membuat perancangan *RACE Program*, yang terdiri dari program untuk masing-masing tahap *Reach, Act, Convert* dan *Engage*. Dimana program *Reach* terdiri dari dua aktivitas yaitu *Redesign Website* dan Aplikasi, dan *Paid Ads*. Untuk program pada tahap *Act* terdiri dari Melengkapi Variasi produk, *Free Sampling*, dan fitur *Games*. Dan untuk meningkatkan *purchase* yaitu dengan menjalankan program *Pop Up Banner, Special Package, dan Roulette Wheel* serta pada tahap terakhir yaitu *Engage*, yang bertujuan untuk meningkatkan *advocacy* dan loyalitas yaitu dengan memberikan *voucher, cashback, dan Tukar Poin Mendapatkan Barang*

5.2 Saran

Pada bagian ini, peneliti memberikan saran bagi *e-commerce XYZ*, selain itu, peneliti juga memberikan rekomendasi *digital promotion strategy* kepada *e-commerce XYZ*. Adapun rekomendasi yang diberikan tidak lain bertujuan untuk meningkatkan pelanggan wanita serta dapat membantu *e-commerce XYZ* untuk memiliki *competitive advantage* untuk dapat bersaing dengan para kompetitornya.

1. *E-commerce XYZ* harus lebih mengaktifkan lagi *digital promotion activity*, karena berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti, membuktikan bahwa *digital promotion activity* dapat memberikan dampak yang baik bagi *e-commerce XYZ*. Dengan menjalankan perancangan *digital promotion plan* yang telah dibuat oleh peneliti, maka *e-commerce XYZ* akan mendapatkan kelipatan ROI dari tahun sebelumnya.
2. *E-commerce XYZ* secara aktif harus melakukan evaluasi untuk setiap aktivitas yang dijalankan, yang mana hal ini bertujuan agar *e-commerce XYZ* dapat melakukan *improvement* untuk setiap langkah yang telah dijalankan demi perbaikan dan kesuksesan kedepannya.