

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dalam pelaksanaan promosi berbasis digital yang telah dilakukan Supernouval, peneliti menemukan beberapa *point* berdasarkan teori bauran promosi, meliputi:

Periklanan yang dilakukan oleh Supernouval menggunakan berbagai macam *platform* digital yakni *platform e-commerce* Shopee, Lazada, Tokopedia, TikTok Shop. Sedangkan media sosial yang digunakan untuk beriklan yaitu Facebook ads. Tetapi diantara berbagai media yang digunakan Supernouval lebih memfokuskan melakukan distribusi periklanan melalui Facebook ads. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam beriklan di Facebook, antara lain konten iklan, settingan iklan dan fitur pixel, dan maintenance traffic

Aktivitas promosi penjualan yang telah dilakukan Supernouval meliputi, promosi terhadap konsumen. Supernouval menggunakan promosi berupa pemberian insentif, apabila aktivitas promosinya di *e-commerce* Supernouval memanfaatkan *event-event* yang diselenggarakan pihak *e-commerce*, seperti *event* bulanan atau *event* harbolnas. Sedangkan untuk di media Facebook, Supernouval hanya memberikan potongan harga bagi konsumen yang sudah loyal saja. Supernouval juga melakukan promosi perdagangan. Dalam perjalanan usahanya, Supernouval memiliki beberapa *reseller* yang terbentuk secara alami. Dalam menjual produk kepada reseller tentu Supernouval memberikan potongan harga untuk dijual kembali kepada konsumen.

Supernouval melakukan promosi Tenaga Penjual (*sales force promotion*) dengan memberikan dukungan kepada tim *customer service* berupa dukungan psikologis ataupun memberi dukungan berbentuk materi seperti makan liwet bersama, atau pemberian *voucher* belanja di *e-commerce*.

Dalam melakukan aktivitas publisitas, Supernouval hanya memanfaatkan media *online* berupa endorsement kepada beberapa TikTokers. Sedangkan untuk

publikasi melalui media massa seperti pada umumnya, Supernouval belum menggunakan media tersebut dalam menginformasikan produk yang dimilikinya.

Bentuk penjualan personal (*personal selling*) yang dilakukan Supernouval sejauh ini masih dilakukan dengan cara menawarkan produknya kepada kenalan-kenalan yang dimiliki oleh Zacky Nouval, sehingga beberapa orang yang sudah mengenal Zacky sebagai penjual kaos *Custom* dengan sendirinya apabila membutuhkan kaos, langsung mengorder kepada Supernouval.

Bentuk pemasaran langsung yang dilakukan Supernouval mengandalkan *traffic* iklan dari Facebook ads, kemudian calon konsumen menghubungi CS Supernouval melalui media Whatsapp untuk melakukan transaksi penjualan. Lalu nomor Whatsapp yang masuk tersebut disimpan sebagai *database* sehingga di kemudian hari bisa dimanfaatkan untuk melakukan *retargeting*. Selain itu Supernouval juga melakukan periklanan melalui media *e-commerce* tetapi *traffic* yang dihasilkan tidak terlalu besar.

Pemasaran *online* (*online marketing*) yang telah Supernouval jalankan yakni melakukan periklanan secara *online* melalui Facebook ads, TikTok ads, dan pemanfaatan beberapa saluran *e-commerce*, kemudian supernouval sendiri sudah memiliki website sebagai *landing page* dengan domain www.Supernouval.com, selain itu Zacky Nouval selaku *owner* juga cukup aktif dalam berdiskusi dengan para *advertiser online* lain untuk meningkatkan kemampuan beriklan online nya, selain itu ia pun membuka kelas belajar Facebook ads yang bertempat di kantor Supernouval.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat memberikan implikasi bagi perkembangan Supernouval, diantaranya:

1. Supernouval memperbaiki tampilan *packaging* dengan menambahkan logo identitas Supernouval, mencantumkan saluran distribusi *online* harapannya dengan memperbaiki *packaging*, ini bisa meningkatkan lagi *brand awareness* Supernouval.
2. Supernouval menambahkan saluran promosi penjualan menggunakan berbagai sosial media seperti TikTok ads, Youtube ads, sehingga saluran

penjualan Supernouval tidak hanya bergantung menggunakan Facebook ads.

5.3 Saran

Untuk para peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian lanjutan untuk menyempurnakan penelitian sebelum-sebelumnya sehingga penelitian ini akan menjadi lebih sempurna sehingga diharapkan bisa bermanfaat untuk khalayak pembaca.

Sedangkan untuk Supernouval, menurut pandangan peneliti perlu ada hal yang perlu ditingkatkan seperti membuat *packaging* yang memuat informasi tentang bisnis Supernouval, seperti mencantumkan logo Supernouval, *tagline*, alamat, serta mencantumkan berbagai saluran distribusi *online*, diharapkan pembeli dapat mengingat brand Supernouval serta keunggulan yang dimilikinya dan dengan mudah untuk melakukan pembelian ulang produk Supernouval.