



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa maraknya kegiatan belanja *online* menyebabkan adanya penurunan penjualan pada pedagang konvensional atau UMKM. Tidak hanya itu, penurunan yang terjadi juga terbilang cukup besar. Namun di samping itu, masih banyak pula para pedagang yang belum menyadari bahwa mengikuti perkembangan teknologi terbilang cukup penting. Sebagian besar dari mereka justru belum melakukan penjualan melalui *e-commerce* maupun *e-marketplace*. Padahal, media tersebut gratis dan lebih dapat menjangkau seluruh masyarakat.

Program “Elevenia Seller Zone” yang dibuat oleh Elevenia untuk memfasilitasi kegiatan jual beli *online* merupakan salah satu program *marketing communication* dari Elevenia. Elevenia sendiri merupakan salah satu *e-marketplace* yang terbilang cukup dikenal masyarakat, namun program ini sendiri belum terlalu dikenal dengan baik jika dilihat dari hasil penelitian ini. Namun karena fasilitasnya yang cukup banyak dan tentunya menguntungkan pihak masyarakat yang adalah *seller* sendiri, sebagian besar dari objek penelitian yang adalah UMKM tertarik bahkan sangat tertarik untuk mempertimbangkan dan mencoba program ini sebagai salah satu cara dan fasilitas dalam berjualan secara *online*.

Dari hasil survei yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan dan ciri-ciri program *marketing communication* yang baik memiliki 3

kriteria atau dimensi yaitu menggunakan seluruh bentuk kontak yang menjadi pemberi pengaruh terbesar yakni 46% dalam mempengaruhi *brand awareness*. Kedua, tentunya program *marketing communication* yang baik haruslah dapat menciptakan & meningkatkan *brand awareness* yang memberikan pengaruh sebesar 10,6%. Terakhir, dimensi atau kriteria program *marketing communication* yang berawal dari pelanggan dan calon pelanggan menjadi kontributor terakhir untuk meningkatkan *brand awareness* dengan memberi pengaruh sebesar 4,1%. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa program *marketing communication* “Elevenia Seller Zone” dapat meningkatkan *brand awareness* Elevenia.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu peneliti berharap bahwa selanjutnya akan ada penelitian serupa yang membahas topik serupa dengan objek yang berbeda. Penelitian juga dapat dilanjutkan dengan metode kualitatif untuk mengukur efektivitas program, sehingga bisa didapatkan informasi yang lebih mendalam terkait program “Elevenia Seller Zone” ini. Hal itu tentunya akan menambah keilmuan dengan topik hubungan antara *marketing communication* dan *brand awareness*. Selain itu jika memang penelitian tersebut memiliki hasil yang serupa atau hampir serupa, maka akan saling melengkapi kekurangan dalam penelitian atau bahkan memperkuat hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti untuk memperkaya penelitian serupa.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat dilihat bahwa tidak semua publik yang disini adalah UMKM yang diteliti, masih belum mengenal Elevenia ataupun program dari Elevenia dengan sangat baik. Maka peneliti menyarankan agar perusahaan yang adalah Elevenia sendiri untuk dapat melakukan pendekatan lebih lagi dengan target pasar yang dituju, baik dengan promosi ataupun menggunakan berbagai media agar semua program dapat tersosialisasikan dengan jelas kepada target yang tepat dari masing-masing program. Selain itu, peneliti juga menyarankan agar perusahaan dapat memperhatikan faktor atau aspek yang dapat meningkatkan *brand awareness* seperti yang diungkapkan Kim dan Kim (2014) yakni *be different & memorable, symbol exposure, publicity, recall requires repetition.*

*Be different & memorable*, merujuk pada penyampaian pesan yang dilakukan haruslah berbeda sehingga diingat oleh *target audience*, dalam hal ini Elevenia dapat menggunakan *tagline* yang lebih *targeted* dan unik sehingga dengan mendengar *tagline* tersebut, publik dapat langsung mengidentifikasi *brand* terkait. Selain itu, perlu juga dilakukan publisitas (*publicity*) melalui media yang tepat dan sesuai agar *brand* dapat lebih dikenal melalui saluran atau pihak yang lebih dipercaya. *Recall requires repetition*, dengan melakukan proses pengenalan *brand* secara berkesinambungan dan berulang sehingga dapat meningkatkan *brand awareness*.