



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

Alfamart dalam menciptakan suatu bisnis *e-commerce* yaitu Alfamart harus dilakukan secara sistematis dengan perencanaan yang matang. Manajemen Alfamart menerapkan suatu langkah yang dapat memberikan dampak maksimal terhadap para konsumen melalui pesan yang akan disampaikan.

Manajemen perusahaan menerapkan strategi *Marketing Communications* untuk memperkenalkan brand baru yaitu Alfamart. Lewat kegiatan yang dilakukan oleh komunikasi pemasaran, manajemen perusahaan harus menciptakan pengalaman bagi konsumen agar aktivasi merek Alfamart menjadi kuat. Aktivasi merek ini diperlukan agar konsumen mengetahui konsep, sistem, dan produk yang ada di Alfamart.

Melalui *Marketing Communications*, *brand activation* yang dilakukan perusahaan dianggap cukup kuat karena merek Alfamart mulai *familiar* di mata publik. Strategi *Marketing Communications* dinyatakan berhasil karena Alfamart pernah menempatkan posisi sepuluh besar *top e-commerce* di Indonesia dalam *Alexa Rank* tahun 2016. Selain hal tersebut, pada tahun 2018 hingga sekarang Alfamart memperoleh keuntungan

perusahaan hingga ratusan miliar dengan jumlah pengunjung yang terus meingkat.

5.2. Saran

5.2.1 Saran Praktis

Saran penulis untuk perusahaan terutama dalam sisi Marketing Communications agar mengadakan *event* besar seperti dalam acara Net 3.0 tidak hanya sekali, mungkin biaya yang dikeluarkan besar namun akan membawa dampak keuntungan dan popularitas bagi perusahaan seperti *e-commerce* lain yang sudah terkenal sekarang setiap acara ulang tahunnya mereka melangsungkan acara di televisi.

5.2.2 Saran Akademis

Saran akademis dari peneliti adalah untuk penelitian selanjutnya terkait topik yang sama, aktivasi merek perlu diteliti lebih lanjut dengan pendekatan yang berbeda diluar *Marketing Communications* karena banyak sekali pihak yang terlibat dalam perencanaan ini. Melalui penelitian ini, penulis berharap agar

Universitas memberikan pembelajaran yang lebih mendalam mengenai penekanan aktivasi merek baik dari *program*, proses, maupun perencanaannya.