



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 hasil penelitian yang telah dibahas dan dianalisa dalam penelitian mengenai strategi IMC perusahaan Vexanium dalam melakukan ICO ini maka dapat disimpulkan dengan beberapa poin, yaitu:

1. Dalam menerapkan kegiatan IMC selama masa ICO, Vexanium telah mengikuti kaidah proses perencanaan yang sesuai dengan yang dikemukakan oleh Belch & Belch (2018, p. 31). Mulai dari peninjauan rencana pemasaran, analisis situasi program promosi, analisis proses komunikasi, penentuan anggaran, pengembangan program IMC, pengintegrasian dan pengimplementasian strategi, hingga melakukan pengawasan, kontrol, dan evaluasi terhadap kegiatan IMC yang dilakukan. Hal yang menjadi poin penting bagi Vexanium ketika ICO terletak pada bagian analisis target pasar, karena segmentasi pasar ICO yang tergolong spesifik dan sempit ini, membuat sebuah proyek ICO harus melakukan analisis target pasar yang mendalam agar bisa mengintegrasikan pesan IMC ke setiap bauran

pemasaran yang ada.

2. Selama mempromosikan ICO-nya dengan memanfaatkan *tools* bauran pemasaran dalam IMC (Belch & Belch, 2018), Vexanium juga menggunakan berbagai instrumen yang tersedia seperti iklan, pemasaran langsung, pemasaran digital, promosi penjualan, PR, dan penjualan personal untuk mempromosikan proyek ICO-nya. Vexanium selalu mengutamakan pesan utamanya untuk diintegrasikan di setiap saluran yang ada, yaitu “*Decentralized Marketing Ecosystem*” Pada dasarnya, semua instrumen dalam bauran pemasaran tersebut saling berkaitan dan menopang satu sama lain, terutama jika dimanfaatkan secara digital, namun salah satu instrumen bauran pemasaran yang menjadi poin penting bagi sebuah ICO untuk memanfaatkan adalah komunitas. ICO, *cryptocurrency*, dan *blockchain* merupakan sesuatu yang masih tergolong baru, dengan kata lain pasti ada satu aspek penting menonjol yang bisa dimanfaatkan dalam kegiatan IMC, dan berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan aspek penting dalam kegiatan promosi pemasaran ketika ICO itu adalah dari segi komunitas.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah didapatkan dalam penelitian ini, maka berikut adalah saran yang bisa disampaikan dari segi akademis dan praktis.

5.2.1 Akademis

Saran akademis yang bisa disampaikan berdasarkan penelitian yang telah disimpulkan ini untuk penelitian selanjutnya adalah peneliti menyarankan untuk meneliti lebih dalam mengenai faktor kesuksesan sebuah ICO berdasarkan pemanfaatan bauran pemasaran dari sisi komunitas. Hal ini dikarenakan berulang kali komunitas dinilai sebagai faktor kesuksesan sebuah ICO dari berbagai sumber, seperti penelitian yang dilakukan oleh Varnaitè dan berbagai informan. Jika ada penelitian yang bisa membedah pemanfaatan bauran pemasaran dari sisi komunitas lebih dalam maka tentunya akan sangat membantu memecahkan keunikan komunitas di dunia ICO.

5.2.2 Praktis

Berdasarkan simpulan dan hasil penelitian yang telah didapatkan dalam penelitian ini maka peneliti menyarankan ICO-ICO selanjutnya yang ingin memanfaatkan kegiatan komunikasi pemasaran harus menerapkan IMC dengan baik untuk bisa memaksimalkan penggalangan dananya. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam pemanfaatan IMC adalah melakukan

analisis pasar yang baik sebelum mengintegrasikan pesan dalam komunikasi pemasaran dan juga dengan memaksimalkan hubungan dengan komunitas dengan baik. Selain itu, proyek ICO juga disarankan untuk mengumpulkan data-data konsumen sebelum melakukan kegiatan iklan dan meminimalisir penggunaan banner dalam ICO.

