

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari kedua model yang diuji, penulis menemukan bahwa perubahan model bisnis yang mengurangi tingkat kompleksitas produksi game. Uji coba terhadap pasar juga mendapatkan respon yang cukup positif dengan *feedback* yang konstruktif kepada pengembangan game yang diuji. Sementara itu, hasil *digital advertising* memberikan pandangan yang signifikan mengenai hasil dan alokasi dana yang diperlukan untuk penggunaan berikutnya.

Sebagian besar responden yang diterima oleh penulis, yakni para remaja hingga dewasa muda di rentang usia 19 hingga 24 merasa puas dan mau mencoba game yang diuji setelah rilis dipublik, dengan prasyarat beberapa masukan penting yang dapat membantu game tersebut menjadi lebih menarik, di antaranya bisa berupa *power-up* dan *timer* untuk tantangan.

Dalam eksekusi program iklan di sosial media, penggunaan sosial media *Facebook* dalam penulisan ini lebih ampuh dibandingkan dengan *Instagram*. Hal ini bisa dikarenakan *Facebook* memiliki jumlah pengguna yang sangat besar dengan jumlah pengguna aktif sebesar 3.03 milyar per bulan Juli 2023 (Kepios, 2023). Selain itu, efektivitas iklan terbukti membantu bisnis untuk meraih calon pelanggan yang sebelumnya tidak dapat diraih oleh perusahaan. Meskipun demikian, efektivitas ini tidak mempengaruhi dorongan calon pelanggan untuk melakukan kunjungan maupun menaikkan niat untuk berbelanja pelanggan.

5.2. Saran

Beberapa saran yang penulis bisa berikan kepada untuk penelitian lebih lanjut adalah:

- Validasi produk terhadap kedua tahapan yang berbeda: MVP dan produk final dengan responden yang sama untuk membandingkan perbedaan antara kedua tahapan dan tingkat kepuasannya.
- Pengujian pemasaran digital di sosial media populer lainnya yang tidak disentuh oleh penulis dalam tesis ini seperti *Twitter/X*, *TikTok*, dan *YouTube*.
- Pengujian pemasaran digital dengan produk premium dan *freemium* yang dapat menarik pelanggan untuk melakukan transaksi supaya analisis finansial dapat terjabar dengan lebih leluasa.

Kemudian, penulis juga memberikan saran kepada para pembaca yang berwirausaha sebagai pengembang studio game indie untuk:

- Melakukan produksi game dari mekanisme yang lebih sederhana tetapi mudah menarik perhatian orang awam. Selain dikarenakan proses produksi yang lebih cepat, terdapat banyak peminat dari pengguna *mobile/smartphone* yang memilih untuk bermain game dalam waktu singkat (Knezovic,2023).
- Mengalokasikan dana untuk *digital marketing* secara berkala dan dengan alat bisnis yang memberikan indikator yang memadai. Hal ini bertujuan untuk membuat studio dapat direkomendasikan oleh sosial media kepada calon pelanggan dan hasil eksekusi dapat dianalisis sebagai referensi untuk eksekusi berikutnya. Eksekusi *digital marketing* ini juga harus disertai dengan *daily engagement* terhadap pelanggan tetap.

Penulis mengakui bahwa dalam proses penulisan tesis ini, terdapat banyak kekurangan. Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi dalam penelitian kedepannya terutama mengenai studio game indie yang saat ini masih berkembang dengan sangat pesat.