

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada Bab 4, diperoleh kesimpulannya yaitu:

1. Strategi pemasaran yang optimal dari Shopee adalah strategi promosi agar menghasilkan keuntungan yang maksimum. Beberapa strategi promosi yang diterapkan oleh Shopee adalah periklanan dengan menggunakan media elektronik seperti televisi dan laman media sosial pribadi Shopee serta menggunakan *Brand Ambassador* (BA). Selain itu, Shopee juga menerapkan promosi penjualan untuk menarik konsumen dengan cara memberikan *voucher* potongan harga dan gratis ongkos kirim.
2. Strategi pemasaran optimal dari Tokopedia adalah tampilan. Tampilan *website* Tokopedia sederhana namun menarik. Tampilan pada Tokopedia juga menempatkan alamat pengiriman dibawah *search engine* sehingga meminimalisir terjadinya kesalahan alamat pengiriman oleh konsumen.
3. Strategi pemasaran yang optimal dari Bukalapak adalah strategi praktis. Bukalapak menyediakan fitur langsung bayar untuk setiap toko yang barangnya sudah ada di keranjang belanja sehingga konsumen tidak perlu klik barang yang akan dibeli dalam satu toko jika ingin membeli semuanya.

5.2 Saran

Penelitian ini memiliki kekurangan yaitu dalam pengolahan data dengan *game theory* dilakukan dengan memasang-masangkan setiap pemainnya, sehingga untuk penelitian selanjutnya apabila menggunakan tiga pemain pengolahan data dapat dilakukan dengan menggunakan konsep *3-person games* yang dalam konsep tersebut strategi optimalnya dapat ditentukan dengan Nash Ekuilibrium seperti pada penelitian Saifuddin, dkk (2018). Strategi yang digunakan pada penelitian ini terbatas hanya menggunakan enam strategi yaitu tampilan, praktis, promosi, keamanan, metode pembayaran dan variasi kurir sehingga untuk peneliti

selanjutnya dapat menggunakan strategi lain seperti perbandingan harga, kolaborasi artis, dan lain-lain.

