BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan bagian terakhir dari hasil penelitian yang penulis lakukan. Dalam bab ini juga diuraikan mengenai simpulan penelitian dan saran-saran penulis.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil peneliti pada Bab IV telah diangkat subfokus yang menjelaskan **Bauran Pemasaran Internet *Invictus* Bandung Dalam Menarik Minat Beli ,** maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. **Produk Bauran Pemasaran Internet *Invictus* Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumennya**

   Dapat disimpulkan bahwa Produk *Invictus* Bandung yaitu berupa Pakaian / Tshirt, Tas, Jaket, Topi, Ikat Pinggang, dan Dompet, akan tetapi setiap jenis produk yang disebutkan diatas tidak selalu diproduksi tiap edisinya, terkecuali untuk produk Tshirt, Jaket dan juga Tas. Penentuan Produk apa yang akan di produksi oleh *Invictus* Bandung biasanya dilakukan dengan terlebih dahulu melakukan flooring, Flooring sendiri adalah dimana barang yang akan dikeluarkan atau drencanakan untuk di produksi di musyawarahkan terlebih dahulu melalui meeting yang dilaksanakan dan diikuti oleh setiap bagian perusahaan. Tidak ada perbedaan Jenis produk

yang dijual baik secara online ataupun offline, barang atau produk yang dijual tetap sama namun media pemasarannya saja yang berbeda. Melalui produknya *Invictus* Bandung berusaha untuk menyampaikan pesan mengenai makna tulisan yang *simpl*e dan berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. *Invictus* Bandung memiliki desainer yang mendesain produknya, dimana produk yang akan diproduksi tersebut dibuat di Invindo yaitu konveksi milik *Invictus* Bandung. Desain dari *Invictus* Bandung yaitu desain yang simple, dan tidak neko-neko, akan tetapi di edisi beberapa bulan terakhir *Invictus* Bandung banyak mengeluarkan desain yang lebih semarak dan hangat. Tshirt Edisi Thank God merupakan tshirt yang paling laku dalam hal penjualan, kelebihan pada tshirt ini adalah isi pesan dan tulisan dapat di custom sendiri oleh calon konsumen.

2. **Harga pada Bauran Pemasaran Internet Invictus Bandung dalam menarik minat Beli Konsumennya.**

   Penentuan harga di *Invictus* Bandung dilakukan pada saat berlangsungnya Rapat atau meeting, dimana perusahaan melakukan *mapping* atau dapat diartikan juga sebagai pemetaan pasar. pada proses mapping biasanya dilakukan perbandingan dengan para pesaing baik pesaing. *Invictus* Bandung berada pada level harga yang standart. Adapun harga yang dibanderol yaitu dari 50 ribu sampai dengan 350 ribu Rupiah, harga di *Invictus* Bandung sendiri merupakan Harga normal tanpa dibebani oleh biaya ongkos kirim, di setiap kesempatan *Invictus* Bandung selalu memberikan Potongan harga Kurang lebih 20% sampai

dengan 70%. Dalam hal ini tidak ada pembedaan harga sama sekali antara harga yang ditawarkan secara online maupun offline.

3. **Komunikasi Bauran Pemasaran Internet *Invictus* Bandung Dalam menarik minat beli konsumen**

   Komunikasi yang dilakukan oleh *Invictus* Bandung kepada konsumennya secara online dikerjakan oleh sales admin online sebanyak 3 orang. Media sosial online yang digunakan oleh Invictus Bandung yaitu WEBSITE, TWITTER, FACEBOOK, INSTAGRAM, EMAIL, PATH, LINE. BLACKBERRY MESSENGER, WHATSAPP, YOUTUBE, dan tambahan aplikasi PAGE MANAGER yang berfungsi memberikan notifikasi dan juga tempat untuk menanggapi seluruh comment atau pemesanan dari konsumen melalui facebook. Fungsi dari komunikasi yang dilakukan melalui media sosial dilakukan oleh perusahaan untuk menambah pemasukan secara offline, agar konsumen memiliki kesadaran akan produk dan keberadaan *Invictus* Bandung. Fungsi lainnya yaitu sebagai *Reminder* bagi para calon konsumen.Promosi yang dilakukan oleh *Invictus* bandung yaitu berupa program BUY 1 GET 1, SHOCKING SALE DISKON 17 AGUSTUS, ENDORSEMENT, KUIZ dan FREE SHIPING. *Invictus* Bandung bekerja sama juga dengan @Infobandung didalam pemasangan Iklan melalui Twitter. Hambatan komunikasi yang terjadi yaitu berupa kesalah pahaman didalam menyampaikan informasi antara perusahaan

dengan konsumen online dan keterlambatan membalas pesan dari admin kepada calon konsumen. Proses komunikasi yang dilakukan dimulai dari sumber (Admin online), Encoding (penyusunan pesan dan perencanaan pesan yang akan disampaikan), Media (Media online tempat penyampaian pesan perusahaan), Decoding (Respond an Intrepretasi dari calon konsumen), dan Tindakan (calon konsumen menghubungi admin dan melakukan pemesanan). Permintaan maaf harus selalu diucapkan apabila terjadi komplain dari konsumen.

4. **Komunitas Bauran Pemasaran Internet *Invictus* Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen**

   Invictus Bandung berdasarkan hasil temuan dilapangan memiliki kerjasama dengan Komunitas, adapun Komunitas yang pernah bekerja sama dengan *Invictus* Bandung yaitu @KUMAHAAINGWEH dan @INFOWATIR. Adapun komunitas yang bukan berasal dari Online yaitu GNFI (Good News From Indonesia), HONDA, MOCCA, , IN LINE SKATE BANDUNG, INDORUNNER, SAVE AHOK dan NUSANTARA RANGER akan tetapi mereka menjadikan media online sebagai publikasi utama akan produk kerjasama kepada masing-masing anggotanya. pertimbangan kerjasamanya sendiri, komunitas yang bekerjasama harus komunitas yang memiliki efek yang sangat besar dan dapat menarik minat beli konsumen online, pengikut dari komunitas juga harus pengikut dengan jumlah yang banyak. Bentuk kerjasama yang dilakukan adalah pembuatan produk

dimana pada detail produknya terdapat logo *invictus* Bandung dan juga logo dari komunitas itu sendiri.

5. Distribusi Bauran Pemasaran Internet *Invictus* Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen

Titik Distribusi Produk *Invictus* Bandung secara Online berada di ZALORA (www.zalora.co.id), LAZADA (www.lazada.co.id), GARLICK STORE (@garlickstore), OBESPHERE (@Obesphere), dan MAGNET SUBSTORE (@Magnetsubstore), hambatan didalam kegiatan distribusi ini adalah adanya keterlambatan pembayaran yang dilakukan oleh para reseller. Produk *Invictus* Bandung akan dipasang di media online msing-masing disertai dengan detail dan harga produk. Keuntungan yang didapat dari kegiatan distribusi adalah semakin luasnya jaringan dan semakin meratanya produk perusahaan. Selain itu dengan semakin banyaknya reseller yang bergabung semakin memudahkan perusahaan dalam memperkenalkan produknya ke cakupan yang lebih luas, produk pun akan lebih cepat habis dan laku terjual berkat bantuan pihak reseller.

6. Bauran Pemasaran *Invi*ctus Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen

Melalui bauran pemasaran dan ke lima perangkat yang telah diamati sebelumnya membuktikan bahwa melalui kegiatan pemasaran Internet mampu menarik minat beli calon konsumen karena melalui internet

komunikasi dan informasi yang dilakukan dapat lebih berkesinambungan, minat beli konsumen secara online kebanyakan muncul dari para calon konsumen yang berada diluar daerah, dan juga konsumen yang merupakan follower dari suatu komunitas yang melakukan kerjasama dengan *Invictus* Bandung. Minat Beli calon kosumen banyak terbentuk melalui media online namun transaksi pembelian tidak hanya dilakukan melalui online, karena banyak juga calon konsumen yang berminat untuk membeli produk karena bauran pemasaran yang dilakukan di Internet, akan tetapi lebih memilih untuk datang langsung untuk melakukan transaksi pembelian.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut :

5.2.1 Bagi *Invictus* Bandung

1. Alangkah baiknya apabila pihak perusahaan yaitu *Invictus* Bandung menciptakan promosi dan program baru yang lebih menarik dan beragam seperti misalnya program-program dan produk untuk mendukung program kemanusiaan, Dukungan Go Green, Program

atau promosi melalui kerjasama dengan developer game online, dimana produk *Invictus* Bandung digunakan oleh karakter game online, Program promosi dengan mengangkat tema dan isu-isu yang sedang berkembang di media online.

2. Promosi dan komunikasi *Invictus* Bandung akan lebih maksimal apabila perusahaan menambah saluran media Internet untuk pemasangan Iklan perusahaan seperti melalui Direct Advertising, Self Service Advertising, dan Ad Networks agar tercipta jaringan yang lebih luas lagi.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, disarankan untuk mencari dan membaca referensi lebih banyak lagi mengenai penelitian sejenis agar hasil penelitian selanjutnya menjadi semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru. Selain itu dapat mengembangkan dan memunculkan ide-ide penelitian yang baru.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dilakukan penelitian pada perusahaan jenis lain tidak hanya pada perusahaan yang bergerak dibidang fashion. Dimana penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperbanyak temuan mengenai bauran pemasaran yang dilakukan melalui internet.