

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dengan bertambahnya jumlah penduduk, maka kebutuhan akan rumah menjadi semakin meningkat. Bisnis properti merupakan bisnis yang memiliki peluang sangat besar. Maka bermunculan banyak *developer* untuk meramaikan pasar properti. Dengan banyaknya *developer* yang bermunculan, maka persaingan akan menjadi semakin ketat. *Developer* dituntut untuk dapat menciptakan kebutuhan rumah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Para *developer* berlomba-lomba dalam menggunakan strategi pemasaran yang dapat menarik minat konsumen.

Salah satu *developer* yang dikenal oleh masyarakat Sidoarjo adalah PT.Sidoarjo Bangkit. PT.Sidoarjo Bangkit merupakan salah satu *developer* terpercaya di Sidoarjo yang menyediakan kebutuhan masyarakat akan properti. Berbagai strategi digunakan untuk meningkatkan sistem pemasaran perusahaan. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan yaitu dengan memasarkan produk melalui *Platform E-Commerce Property*.

Penulis tertarik untuk melakukan analisis mengenai peranan saluran promosi platform *e-commerce property* terhadap produk PT Sidoarjo Bangkit. Sehingga melakukan survei penelitian melalui metode kuantitatif deskriptif dengan menyebarkan kuisioner kepada 80 responden data klien PT Sidoarjo Bangkit. Dan dapat di simpulkan hasil dari penelitian tersebut yaitu :

1. Atribut saluran promosi yang meliputi 3 indikator yaitu *sales promotion, advertising, dan public relation*

a.) *Sales Promotion*:

Dapat disimpulkan bahwa upaya yang dilakukan wiraniaga PT Sidoarjo Bangkit dalam memasarkan produk propertinya melalui media *E-Commerce* sudah membuat meningkatnya ketertarikan produk PT Sidoarjo Bangkit. Hal tersebut bisa dibuktikan melalui hasil tabulasi

survei indikator sales promotion yang positif sehingga berperan untuk meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk itu sendiri.

b.) *Advertising*

Dapat di simpulkan bahwa upaya pengiklanan yang dilakukan oleh wiraniaga PT Sidoarjo Bangkit melalui media online atau platform *e-commerce property* sangatlah inovatif, efektif, dan fleksibel. Sehingga respon dari hasil data responden sangatlah bagus.

c.) *Public Relation*

Dapat disimpulkan bahwa para wiraniaga PT Sidoarjo Bangkit mampu memberikan fasilitas media promosi yang lebih mudah untuk menghubungkan antara konsumen dengan para wiraniaga untuk menawarkan produk PT Sidoarjo Bangkit melalui *Platform Digital*.

2. *Atribut Sales Performance*

Dapat disimpulkan bahwa performance atau pelayanan yang dilakukan para *marketing* PT Sidoarjo Bangkit sangat bagus hal tersebut dibuktikan dengan hasil data tabulasi *sales performance* yang dinilai positif para responden. Dibuktikan dengan dari 5 indikator *Sales Performance* responden setuju dengan pernyataan sales performance PT Sidoarjo Bangkit sudah cukup baik.

3. *Penerapan sistem e-commerce*

Dapat disimpulkan bahwa *e-commerce property* mempunyai banyak keunggulan yaitu :

- a.) *E-Commerce Property* merupakan sarana saluran promosi yang di minati banyak konsumen
- b.) *Marketing* online akan menjadi salah satu promosi yang efektif, dan fleksibel dalam penjualan produk *property*.
- c.) *Basis Platform E-Commerce property* akan menjadi salah sarana strategi marketing yang optimal dalam menarik minat pembeli properti di era saat ini.