

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Strategi bisnis *E-commerce* yang telah diaplikasikan *startup* digital yaitu dengan pendekatan *Integrated Marketing Communication* (IMC) berupa platform website dan media sosial seperti Facebook, Instagram serta Line.
2. *Platform website* disajikan dengan fitur yang mudah dan konten yang bermanfaat. Jenis *shopping cart* yang didesain dengan menyajikan katalog produk beserta informasi harga dan gambar.
3. Strategi *cost leadership* atau strategi biaya murah yaitu menekan biaya operasional dengan memanfaatkan teknologi digital berupa platform website dalam aplikasi bisnis. Kegiatan yang berlangsung melalui website tersebut bertujuan untuk mempromosikan produk kepada masyarakat, guna terciptanya *trust* pada calon investor yang ingin berinvestasi.
4. Strategi diferensiasi pada aplikasi bisnis adalah memberikan pelayanan sistem ramah lingkungan atau *zero waste system* berupa pengelolaan hewan ternak dari hulu ke hilir.
5. Limbah yang dihasilkan hewan ternak digunakan untuk pupuk organik pada aktivitas pertanian dan biogas sebagai tenaga listrik.

B. SARAN

1. Sebaiknya sebelum melakukan langkah migrasi terlebih dahulu mempelajari cara-cara dan juga *comment* pada aplikasi untuk langkah-langkah migrasinya.
2. penulis telah berusaha menuangkan seluruh kemampuan yang ada mengenai pembahasan “Analisis Strategi Bisnis *E-commerc.*”
3. Mengoptimalkan media sosial sebagai strategi jangka panjang dari *startup* digital dengan menyediakan anggota khusus sebagai admin untuk memberikan dokumentasi setiap harinya terkait aktivitas bisnis.
4. Merekrut peternak dengan sistem *form online* di konten website dengan mengisi data diri dan pengalaman beternak serta bukti-bukti lain yang dapat disimpulkan bahwa peternak dapat dikatakan berpengalaman dan cakap dalam hal industri ternak.