

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini yang berjudul Strategi *Event Marketing* dalam *Event* Taniversary 2020 adalah TaniHub dan seluruh *team Marketing* nya berhasil membuat keseluruhan acara dari mulai memikirkan ide dan konsep, menentukan rencana awal, memilih target yang sesuai sehingga *event* ini dapat berjalan dengan lancar dan berhasil mendapatkan hasil di luar ekspektasi dan target awal dari proses perencanaan *event* ini dibentuk. *Event* ini tidak hanya didasari oleh perayaan dari Hari Tani Nasional dan HUT ke-empat TaniHub Group saja, namun bertujuan juga untuk mendekatkan diri ke publik dan membangun interaksi juga *experience* baru terhadap calon pelanggan baru maupun konsumen loyal TaniHub. Secara keseluruhan rangkaian acara ini sudah cukup *align* dengan konsep dari *event marketing* dan menerapkannya menjadi bentuk strategi *event marketing* di dalam sebuah *event*. Dalam sebuah *event* tidak mudah untuk diukur hasil akhirnya karena keberhasilan harus dievaluasi dari banyak faktor, namun kesimpulan dari peneliti adalah TaniHub dapat dikatakan berhasil dalam membuat sebuah *event* dilihat dari rangkaian acaranya yang berjalan dengan lancar, pengakuan dari narasumber juga mendukung kesimpulan ini dengan mengatakan acara ini memberikan hasil atau *output* yang sangat di luar ekspektasi. Mereka

mendapatkan *reach* yang terjadi dalam 1x penayangan *streaming* puncak konser dengan jumlah yang cukup spektakuler 10.000 *viewers* dan merupakan hasil yang sangat jauh dari target awal saat merencanakan *event* ini. Secara tidak sengaja juga mereka mendapatkan *wider client* dan *targeting customer*, dikarenakan ekspektasi target mereka yang hanya ibu-ibu muda atau orang yang berpenghasilan, namun kenyataannya setelah dilihat dari data pengunjung ada orang-orang yang di luar target audiens *event* Taniversary ini. Mereka juga mendapatkan *wider database*, dari audiens yang ikut serta dalam rangkaian acara Taniversary, seperti komunitas-komunitas yang totalnya mencapai hingga 8.000 orang.

Event Taniversary ini dapat dijadikan acuan untuk *event-event* selanjutnya karena *event* ini dapat dikatakan berhasil dari seluruh rangkaian *event* nya walaupun *event* ini dilaksanakan disaat pandemi Covid-19, namun mereka bisa tetap bertahan dan menyelesaikan hingga akhir puncak acara, daan strategi-strategi yang digunakan oleh TaniHub lalu diterapkan di dalam *event* ini berhasil membantu kesuksesan dari seluruh acara.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang dapat disampaikan kepada TaniHub untuk dijadikan acuan kedepannya dan sebagai masukan di *event-event* selanjutnya. Ada dua saran yang dapat disampaikan dari penelitian ini.

5.2.1 Saran Akademik

Penelitian berharap akan ada peneliti selanjutnya yang akan menganalisis konsep dan objek serupa namun menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur lebih spesifik dari keberhasilan *event* Taniversary ini. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menjelaskan lebih *detail* strategi yang digunakan oleh *event* ini, tidak hanya terpaku oleh konsep dan teori yang digunakan di dalam penelitian ini saja. Dan penelitian ini berharap penelitian selanjutnya yang serupa dapat mengukur keberhasilan *event* ini dengan *event* yang lebih spesifik, tidak terlalu memiliki banyak rangkaian acara seperti penelitian ini.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini ingin memberikan beberapa saran praktis untuk *event* Taniversary selanjutnya, yaitu seperti:

1. *Team Marketing* TaniHub mengemas konten promosi lebih menarik agar dapat menarik lebih banyak lagi konsumen dan calon pelanggan baru di Supermarket maupun di aplikasi TaniHub;
2. *Team Marketing* TaniHub dapat membuat acara yang lebih mengedukasi seperti membuat *talk show* dengan para petani Indonesia, dikarenakan *event* Taniversary ini dilatar belakangi oleh Hari Tani Nasional, alangkah lebih menarik membuat sebuah acara yang melibatkan subjek perayaan *event* ini yaitu para petani-petani lokal di Indonesia;

3. *Team Marketing* TaniHub dapat membuat *activation* lainnya yang lebih menarik dan memberikan *experience* baru kepada pelanggan agar mereka merasa lebih dekat dan paham lagi dengan *brand* TaniHub;
4. TaniHub dapat bekerjasama dengan media untuk meliput rangkaian acara dari *event* Taniversary di TV maupun berita *online*;
5. *Team Marketing* TaniHub perlu memaksimalkan dan lebih kreatif lagi dalam membuat konten-konten di *social media* agar *followers* lama dan *followers* baru akan merasa TaniHub kreatif dalam mengemas promosi-promosi nya dengan konten di *social media* terutama Instagram.