

Bab V

Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Berdasarkan proses pengumpulan data hasil penelitian dan pembahasan yang dikaitkan dengan konsep sesuai dengan kerangka pemikiran, strategi *community relations* yang dilakukan ACE Commerce Community telah dilakukan melalui tahapan perencanaan sesuai dengan konsep *community involvement* untuk mendukung *marketing communication* Asia Commerce Network. Adapun, pendekatan Asia Commerce Community dalam membangun dan mengembangkan ACE Commerce Community dilakukan berdasarkan kebutuhan anggota komunitas untuk mendapatkan informasi yang mengedukasi tentang bisnis seputar *cross-border*. Selanjutnya, strategi *community relations* yang dilakukan telah membantu *marketing communication* Asia Commerce Network dalam meningkatnya *brand awareness*, *revenue* dan loyalitas anggota komunitas. Hal tersebut dilihat dari proses awal pembentukan komunitas hingga perkembangan saat ini yang disimpulkan bahwa:

1. Terbentuknya ACE Commerce Community sebagai komunitas bisnis inisiasi dari Asia Commerce Network, sesuai dengan konsep *community involvement* oleh Manny Amadi dalam Lakin & Scheubel (2017). Pada tahap riset, Asia Commerce Community berhasil menganalisis isu penting yang harus dihadapi perusahaan dan menjadi faktor terbentuknya ACE Commerce Network. Perusahaan juga berhasil melakukan analisis internal, yang menemukan kebutuhan perusahaan dalam membentuk komunitas untuk mempelajari bisnis

seputar *cross-border*. Selain itu, secara tidak langsung Asia Commerce juga telah melakukan proses *benchmarking* yang mempelajari kompetitor pada tahap awal riset, untuk menentukan keputusan yang diambil. Pada tahap kedua, yaitu artikulasi visis, misi, dan *strategic intent* dilakukan oleh Asia Commerce Network sebagai langkah selanjutnya yang dilakukan dalam membentuk ACE Commerce Community. Visi dan misi yang ditetapkan menjadi acuan ACE Commerce Community dalam melakukan seluruh aktivitas dan menyelenggarakan program. Pada *strategic intent*, Asia Commerce Network berhasil mencapai ‘*sweet spot*’ melalui ACE Commerce Community, dimana komunitas dapat menghubungkan manfaat sosial dengan manfaat bisnis itu sendiri. Selanjutnya, pada tahap perencanaan strategi, ACE Commerce Community memiliki strategi untuk terus memberikan *insight* kepada anggota komunitas mengenai tata cara mengelola dan mengembangkan bisnis, serta kunci menjadi *entrepreneur* yang baik. Strategi tersebut dapat dicapai dengan adanya aktivitas dan program-program yang dilaksanakan oleh ACE Commerce Community, berupa menyelenggarakan webinar dan meningkatkan konten yang berkualitas. Aktivitas tersebut kemudian dilakukan *berdasarkan content plan* yang telah dibuat sebagai *timetline* pekerjaan ACE Commerce Community, sesuai dengan tahap selanjutnya yaitu desain program kerja. Kemudian, pada implementasinya, *approval* yang dilakukan oleh tim ACE Commerce Community melalui hasil *brainstorming* dengan CEO dan dapat dijalankan langsung sesuai dengan hasil *brainstorming* yang telah disepakati.

5.2 Saran Akademis

Community relations saat ini semakin berkembang, tidak hanya sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap audiens di sekitarnya, tetapi juga bagaimana perusahaan dapat berkolaborasi dan melibatkan audiens yang menjadi komunitasnya. Adapun, *community relations* pada praktiknya saat ini berkaitan erat dengan strategi *marketing communication*, atau yang sering disebut dengan *community marketing*. Hal ini masih kurang dibahas oleh akademisi mengingat strategi ini merupakan strategi baru yang diterapkan dalam praktiknya. Oleh karena itu, akademisi perlu mengkaji lebih dalam mengenai strategi *community relations* yang berkaitan dengan *marketing communication*.

5.3 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas sebelumnya, terdapat beberapa saran yang bisa menjadi bahan pertimbangan ACE Commerce Community dalam menjalankan strategi *community relations*, yaitu:

1. Perlu adanya pengembangan aktivitas dan program yang diselenggarakan untuk mencapai strategi yang dilakukan. Pengembangan aktivitas tersebut harus tetap sesuai dengan visi dan misi ACE Commerce Community. Hal ini dilakukan agar aktivitas komunitas menjadi lebih bervariasi dan menarik minat audiens.
2. Perlu adanya *expert* di bidang bisnis seputar *cross-border*, *e-commerce*, dan *entrepreneur* yang secara langsung terlibat dalam manajemen ACE Commerce Community, untuk menyusun konten materi, serta memberikan pemahaman lebih kepada audiens, sehingga aktivitas yang dijalankan oleh

komunitas menjadi lebih efektif dan bermanfaat dengan adanya seseorang yang benar-benar ahli di bidang tersebut.

3. Community development officer dapat memanfaatkan media yang dimiliki oleh komunitas secara maksimal dalam berkomunikasi dengan anggota. Dalam hal ini, yaitu *platform* khusus berupa *website* ACE Commerce Community sebagai media komunikasi antar-anggota, sehingga anggota komunitas tidak hanya aktif di grup *Whatsapp* saja, tetapi juga di *platform* khusus yang dibuat untuk komunitas sebagai wadah dalam berkoneksi.