

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang berjudul Strategi *Event Marketing* Shipper Indonesia dalam program Shipper Sellers Series adalah Shipper Indonesia dan tim *Event & Community* yang menjalankan program ini berhasil memastikan bahwa pemasaran dari acara webinar Shipper Sellers Series dieksekusi sesuai dengan rencana. Diawali dengan mencari ide dan konsep, menetapkan rencana awal, menentukan target yang sesuai sehingga acara yang diusung bisa berjalan dengan lancar serta berhasil sesuai dengan ekspektasi hingga proses perencanaan ini dijalankan. Partisipan penelitian mengutarakan bahwa target audiens yang berpartisipasi serta *brand engagement* pada acara Shipper Sellers Series sudah mencapai target perusahaan. Shipper Indonesia berhasil mendatangkan rata-rata 100 hingga 150 audiens pada setiap program Shipper Sellers Series. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa *engagement* Shipper Indonesia melalui program Shipper Sellers Series dapat dinyatakan bertambah .

Program berkelanjutan Shipper Sellers Series diadakan tiga hingga lima kali dalam setiap pekan. Program ini mengusung tema edukasi bisnis yang ditujukan kepada pelaku bisnis seperti, UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan komunitas pedagang *online*. Webinar dan *talkshow* yang diusung memiliki topik pembahasan yang bervariasi, seperti pengelolaan media sosial, *digital marketing*, *copywriting*, *business model canvas*, hingga *finance*.

Pada setiap acara yang diadakan oleh Shipper Indonesia terutama pada program Shipper Sellers Series, komunitas akan mendapatkan undangan spesial untuk dapat bergabung pada acara yang diadakan oleh Shipper tanpa harus mendaftar atau melakukan registrasi terlebih dahulu. Komunitas Super Sellers Shipper sendiri sudah memiliki anggota sekitar empat ribu dan pada setiap webinar yang diadakan terdapat kurang lebih seratus anggota yang aktif mengikuti acara tersebut.

Event marketing program Shipper Sellers Series adalah salah satu bentuk dari banyak kegiatan pemasaran yang diterapkan oleh Shipper Indonesia dengan cara memberikan pengalaman kepada audiens secara langsung. Sebenarnya, tujuan dari pelaksanaan *event marketing* ini adalah meningkatkan *engagement* audiens kepada program ini yang pada akhirnya juga akan menaikkan *engagement* audiens kepada produk maupun merek Shipper Indonesia. Penerapan *event marketing* ini menggunakan beberapa taktik diantaranya adalah penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook, bekerja sama dengan *media partner*, berkolaborasi bersama *community partner*, menggunakan *speaker* yang cukup terkenal, memberikan *giveaway* uang elektronik, hingga memakai *social media ads*. Dengan menerapkan pemasaran dari hulu ke hilir, Shipper Indonesia percaya hal ini akan menambahkan *engagement* dari audiens lebih banyak dan menarik audiens baru.

5.2. Saran

Melalui hasil penelitian yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa saran yang perlu disampaikan kepada pihak Shipper Indonesia sebagai bahan acuan dalam menjalankan program Shipper Sellers Series kedepannya serta sebagai masukan bagi acara-acara selanjutnya. Terdapat dua saran yang mampu peneliti sampaikan dari penelitian ini yakni saran dari segi akademis dan saran dari segi praktis.

5.2.1 Saran Akademis

Setelah penelitian ini terbit, peneliti mengharapkan kedepannya akan hadir peneliti selanjutnya yang dapat meneliti konsep maupun objek yang serupa dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif sehingga dapat mengukur lebih spesifik mengenai keberhasilan program Shipper Sellers Series ini. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menjelaskan lebih luas dan lengkap perihal strategi yang diterapkan pada program ini serta tidak hanya mengacu kepada metode dan konsep yang dipakai pada penelitian ini saja. Dengan adanya penelitian ini, peneliti mengharapkan selanjutnya apabila terdapat peneliti yang ingin meneruskan penelitian ini dapat meninjau lebih spesifik dan

detail dalam mengukur keberhasilan acara secara keseluruhan dari program Shipper Indonesia.

5.2.2 Saran Praktis

Dalam penelitian ini, peneliti menyampaikan beberapa saran praktis kepada program Shipper Sellers Series kedepannya, yakni:

1. Tim *Event & Community* Shipper Indonesia dapat memperbanyak konten pemasaran yang lebih banyak secara konvensional untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan mendatangkan audiens baru.
2. Tim *Event & Community* Shipper Indonesia perlu membuat *activation* sehingga dapat membuat *brand* Shipper Indonesia serta program Shipper Sellers Series lebih dikenal oleh masyarakat yang lebih luas.
3. Tim *Event & Community* Shipper Indonesia perlu mengadakan acara yang lebih beragam dengan konsep yang lebih bervariasi sehingga audiens dapat tidak jenuh dengan program Shipper.
4. Tim *Event & Community* dapat mengadakan acara festival UMKM dengan konsisten dan berkelanjutan sehingga dapat sesuai dengan tujuan yang Shipper usung yakni memajukan UMKM serta membuat UMKM naik kelas.
5. Shipper Sellers Series dapat menjadi tolak ukur atau acuan kepada penyelenggara dalam mengadakan program webinar serupa, baik dari segi konsep acara maupun dari segi pemasaran yang diterapkan, karena program ini merupakan program yang berhasil dan berkelanjutan dengan adanya inovasi dan kreasi dari tim Shipper Indonesia membuat program ini tetap eksis walaupun bermunculan kompetitor.