

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Sunday Space Market adalah sebuah usaha yang bergerak dibawah naungan PT. Clovish Sejahtera Indonesia. Sunday Space Market didirikan oleh Alea Malika dan Lucca Fauri, yang merupakan sekelompok anak muda yang tergerak untuk menerapkan hidup berkelanjutan atau *sustainable living* yang disalurkan dengan menciptakan sebuah bisnis dengan konsep bisnis berkelanjutan. Dengan kantor pusat yang terletak di Jalan Ketimun 1 No.1a, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, Sunday Space Market memiliki visi besar untuk menciptakan ruang atau pasar bagi para pedagang lokal dan merek lokal terutama di Indonesia. Tujuannya agar mereka dapat berjualan dan mengakses pasar baru yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi para pengusaha lokal.



Gambar 2.1 Logo *Sunday Space Market*
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan)

Berdasarkan data yang diperoleh dari dokumen *event proposal* Sunday Space Market, Sunday Space Market dibentuk dengan ide awal untuk memberikan peluang bagi pedagang lokal untuk berkembang dan meraih perhatian yang lebih besar dari masyarakat. Sunday Space Market memiliki identitas yang khas dengan menggunakan warna biru dan merah muda pada logonya. Kombinasi antara warna biru dan merah muda mewakili inklusivitas dan kesetaraan gender. Logo ini dirancang untuk menciptakan kesan bahwa Sunday Space Market adalah tempat yang bisa dinikmati oleh semua orang.

Mr. Hang dan Mrs.Hang. Mr. Hang dan Mrs. Hang diciptakan melalui representatif sebuah “*hanger*” pakaian dimana Sunday Space Market dilatar belakangi dengan visi misi untuk menciptakan pasar *sustainable fashion*. Karakter ini berfungsi untuk mendukung citra positif dan keceriaan Sunday Space Market seperti pada tagline mereka sendiri yaitu “*The Friendliest Local Market in Town*”.



Gambar 2.2 Maskot Mr.Hang dan Mrs.Hang
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan)

2.1.1 Bidang Usaha

Di dalam *Sunday Space Market*, terdapat beragam usaha dagang seperti barang bekas, toko *thrift* dan berbagai bisnis lainnya seperti *food and beverage* yang mengusung nilai nilai *sustainable*. Selain itu juga, *Sunday Space Market* juga mendorong pelanggan untuk berbelanja tanpa plastik, sebagai sebuah gerakan inisiatif yang bertujuan untuk mengurangi jejak limbah dan memberdayakan usaha mikro dalam upaya ramah lingkungan.

Sunday Space Market memiliki target segmen usia antara 13 hingga 25 tahun yang merupakan pelajar dan pekerja. Hal ini menunjukkan bahwa *Sunday Space Market* memiliki misi untuk mendorong anak muda dalam mengembangkan kreativitas mereka, serta memotivasi para generasi muda untuk mengeksplorasi usaha dan kreativitas dan menjadi wadah yang tidak hanya berfokus pada bisnis

tetapi juga pada pengembangan komunitas dan potensi kreatif generasi muda dalam suatu lingkungan yang positif. *Sunday Space Market* ingin melibatkan berbagai kelompok masyarakat sehingga dapat menciptakan dampak yang lebih luas dalam mendukung ekonomi lokal dan keberlanjutan. *Sunday Space Market* terus berkembang hingga saat ini dan telah berhasil menyelenggarakan acaranya sebanyak lima kali. Acara ini telah dilaksanakan di beberapa tempat besar di daerah Jakarta, termasuk Mbloc Space, Senayan Park, Ground at Nippah, dan Gandaria City. Selama lima kali penyelenggaraannya, *Sunday Space Market* telah berhasil menarik perhatian dan partisipasi dengan total pengunjung lebih sekitar 3000 pengunjung. Serta *Sunday Space Market* juga telah berhasil menciptakan pengalaman berbelanja yang unik dan menguntungkan para usaha yang tergabung.

2.1.2 Visi dan Misi

Yang membedakan *Sunday Space Market* dari pasar konvensional lainnya adalah komitmen mereka terhadap konsep berkelanjutan atau sustainable. *Sunday Space Market* memiliki visi untuk menjadi pionir dalam menciptakan market yang *sustainable*, inklusif, dan dapat memberikan dampak yang positif bagi para pedagang lokal, serta menjadi sebuah platform yang mendorong nilai-nilai berkelanjutan.

Misi mereka adalah untuk menciptakan acara-acara bazaar yang terus berfokus pada produk dan merek lokal yang berkelanjutan. Mereka juga ingin menyediakan ruang atau tempat dimana para anak muda kreatif dapat berkembang dan berbisnis namun tetap sadar dan peduli akan keberlanjutan lingkungan. Melalui hal ini, *Sunday Space Market* juga menyadari bahwa mereka ingin mendukung serta mendorong pertumbuhan ekonomi bagi para pelaku usaha lokal dengan membuka peluang bagi mereka untuk mendapatkan target pasar yang baru. Mereka

menyadari bahwa konsep berkelanjutan tidak hanya tentang produk, tetapi juga mengenai jenis usaha yang mereka dukung

Keberhasilan *Sunday Space Market* juga didukung oleh kemitraan dan relasi yang berhasil mereka bangun dengan para *Key Opinion Leader* (KOL). KOL merupakan individu yang memiliki pengaruh besar dalam komunitas mereka dan seringkali memiliki jumlah pengikut di media sosial yang tidak sedikit. Kerjasama ini dimanfaatkan *Sunday Space Market* sebagai bentuk pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang acara mereka dan menjangkau audiens yang lebih besar serta menciptakan citra positif seputar kegiatan dan acara selama *Sunday Space Market*. *Sunday Space Market* juga menjalankan strategi promosi yang luas melalui berbagai saluran seperti *public relation* untuk meningkatkan visibilitas mereka, dan melalui artikel-artikel yang relevan dengan berbagai media untuk menarik perhatian publik dan memberikan informasi yang penting tentang inisiatif keberlanjutan mereka.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sunday Space Market terdiri atas beberapa struktur organisasi yang terbagi menjadi beberapa divisi. *Sunday Space Market* tim terbagi ke dalam masing-masing fungsi yang tujuannya adalah untuk membantu tim tersebut untuk dalam menentukan pekerjaan, wewenang, dan tanggung jawab atas setiap divisi yang mereka duduki. Berikut merupakan deskripsi mengenai manajemen dan divisi yang ada di *Sunday Space Market*.

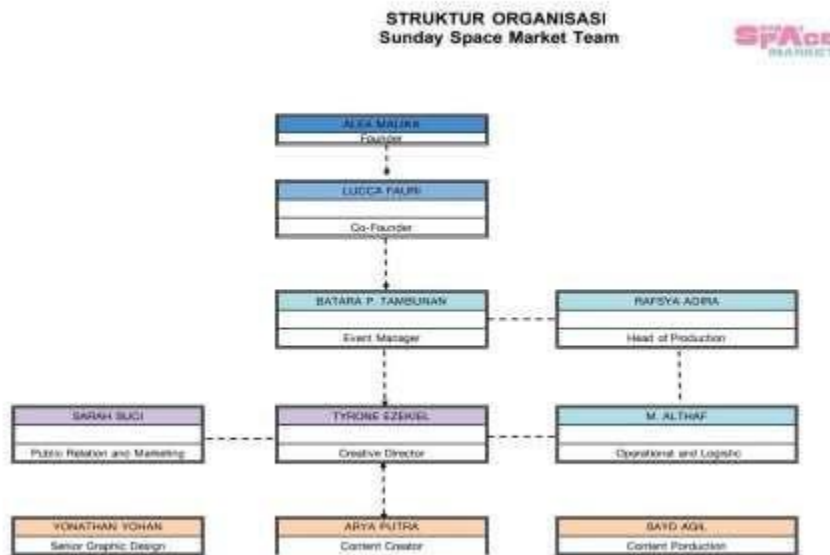
1. *Founder dan Co-Founder*: *Founder* merupakan pendiri *Sunday Space Market* dan memiliki peran utama dalam menetapkan visi dan misi acara, serta mengarahkan strategi umum. Mereka adalah pemimpin dan pengambil keputusan utama dalam setiap rangkaian pekerjaan dan proses acara *Sunday Space Market*. *Co-Founder* berfungsi untuk turut mendukung, serta berhak

untuk memberikan pendapat dan pertimbangan lain kepada Founder sebelum mengambil keputusan. *Co-Founder* juga berfungsi untuk bertanggung jawab atas perencanaan dan pelaksanaan setiap acara *Sunday Space Market*, dan mengawasi semua aspek pelaksanaan acara, termasuk penjadwalan, logistik, dan koordinasi vendor.

2. *Event Manager*: Manajer acara yang bertanggung jawab atas perencanaan dan pelaksanaan setiap acara *Sunday Space Market*. Tujuannya untuk mengawasi berjalannya semua aspek pelaksanaan acara, termasuk dalam mencakup koordinasi langsung dengan pihak venue dan vendor. Mereka bekerja erat dengan pihak-pihak luar seperti mitra bisnis terkait untuk memastikan bahwa semua aspek logistic dan persiapan acara berjalan dengan baik. *Event Manager* dapat dikatakan sebagai penghubung penting antara pihak *Sunday Space Market* dan semua pihak luar yang terkait untuk memastikan kelancaran dan kesuksesan tiap acara.
3. *Head of Production*: Kepala produksi yang bertanggung jawab atas aspek produksi acara, termasuk pemilihan vendor, koordinasi teknis, dan pemantauan semua hal yang berkaitan dengan produksi acara.
4. *Logistic and Operational*: Bagian *logistic* yang berfungsi untuk mengurus seluruh aspek persiapan fisik dan teknis untuk setiap acara *Sunday Space Market*, termasuk pengaturan ukuran *booth*, *layout plan*, perizinan, dan koordinasi infrastruktur.
5. *Public Relation Marketing*: Tim PR dan pemasaran bertanggung jawab atas promosi acara, termasuk hubungan dengan *media partner*, *sponsorship*, iklan, KOL, dan interaksi dengan pemangku kepentingan yang berhubungan dengan promosi acara.
6. *Creative Director*: Memiliki peran penting dalam mengarahkan aspek kreatif acara, termasuk konsep visual dan tema yang ingin dibawakan dalam

setiap acara *Sunday Space Market*. *Creative Director* juga berfungsi untuk mengarahkan visual baik dalam media sosial maupun dekorasi acara.

7. *Content Creator*: Bertugas untuk menciptakan konten yang interaktif dan bertanggung jawab atas pembuatan konten yang diperlukan untuk keperluan promosi dan dokumentasi acara seperti foto, video, tulisan, dan lain sebagainya.
8. *Graphic Designer*: Desainer grafis yang tujuannya menciptakan materi promosi dan tampilan visual yang digunakan dalam pemasaran dan branding acara.
9. *Content Production*: Bertugas untuk bertanggung jawab atas semua produksi konten visual dan mengelola aspek pembuatan konten termasuk pengambilan gambar, rekaman video, keperluan brand *campaign* dengan sponsor, dan lain sebagainya.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi *Sunday Space Market*

(Sumber: Dokumentasi Perusahaan)

2.3 Portfolio Perusahaan

2.3.1 Event *Sunday Space Market*

1. *Sunday Space Market* 1.0

Sunday Space Market 1.0 adalah gelaran pertama dari serangkaian acara *Sunday Space Market* yang diadakan secara berkala. Acara ini diselenggarakan di The Ground at Nipah, sebuah restoran yang terletak di Jalan Nipah Raya No.7, Petogongan, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.



Gambar 2.4 Acara SSM 1.0

(Sumber: <https://www.instagram.com/sundayspacemarket/>)

Sunday Space Market 1.0 berlangsung selama satu hari dan sukses dalam menarik perhatian pengunjung sebanyak 200 orang. Acara ini juga melibatkan sejumlah 12 tenant yang bergabung untuk berpartisipasi dalam event yang menampilkan produk-produk lokal dan *sustainable*. Selain membantu mempromosikan merek lokal, dengan adanya Sunday Space

Market juga berhasil membawa keuntungan bagi restoran The Ground at Nipah itu sendiri. *Sunday Space Market* 1.0 menjadi titik awal yang menandai komitmen *Sunday Space Market* dalam mendukung para pedagang lokal dan mempromosikan nilai-nilai *sustainability* di Jakarta.

2. *Sunday Space Market 2.0*

Acara *Sunday Space Market* yang kedua menjadi momen penting dalam perjalanan *Sunday Space Market* sebagai merek yang semakin dikenal di kalangan masyarakat. Pada acara ini, *Sunday Space Market* menjalin kolaborasi yang signifikan dengan Photograms, yang menjadi langkal awal dalam memperluas cakupan dan pengaruh mereka. Acara *Sunday Space Market 2.0* diadakan di Mbloc Space, yang terletak di kawasan Jakarta Selatan.

Sunday Space Market yang kedua ini sukses dalam menarik perhatian sebanyak 700 pengunjung selama satu hari penyelenggaraan acara. Jumlah pengunjung yang hadir menjadi bukti nyata akan daya tarik dan dampak positif yang dimiliki oleh *Sunday Space Market* dalam dunia acara xi. Sebanyak 30 *tenants* juga turut serta dalam acara ini, menampilkan beragam produk local dan berkelanjutan yang memperkaya pengalaman berbelanja para pengunjung.



Gambar 2.5 Acara SSM 2.0

(Sumber:<https://www.instagram.com/sundayspacemarket/>)

Secara keseluruhan, acara *Sunday Space Market* yang kedua ini tidak hanya menciptakan momen yang berarti dalam perkembangan merek *Sunday Space Market*, tetapi menjadi bukti akan antusiasme

masyarakat terhadap konsep sustainable bazaar yang di usung oleh *Sunday Space Market*. Dengan hasil dari kolaborasi yang berhasil dan partisipasi yang kuat, *Sunday Space Market* terus membuktikan diri sebagai pelopor dalam mendukung pedagang lokal dan masyarakat untuk mempromosikan nilai nilai *sustainability*.

3. *Sunday Space Market* 3.0

Acara ketiga dari rangkaian *Sunday Space Market* mempertahankan momentum positif yang telah dibangun sebelumnya. Kali ini, acara *Sunday Space Market* 3.0 kembali diadakan di Mbloc Space, yang menjadi tempat yang sangat tepat untuk mengadakan Kembali *sustainable bazaar* ini. *Sunday Space Market* 3.0 berhasil menarik perhatian lebih banyak pengunjung dibandingkan sebelumnya, dengan total 2 hari acara, *Sunday Space Market* berhasil mencatat total sebanyak 1200 pengunjung yang hadir selama penyelenggaraan acara.



Gambar 2.6 Acara SSM 3.0

(Sumber: <https://www.instagram.com/sundayspacemarket/>)

Keberhasilan acara *Sunday Space Market* 3.0 ini juga dipengaruhi oleh kolaborasi dan dukungan yang kuat dari sejumlah mitra media atau *media partner* ternama. Yang diantaranya adalah, Urban Sneakers Society, USSHer, Condfe, dan Cretitvox. Kolaborasi

dengan mitra media ini telah memperluas jangkauan dan dampak acara yang lebih luas yang berdampak pada peningkatan kesadaran akan konsep *sustainable* yang dianut oleh *Sunday Space Market*.

Dengan mengangkat nilai-nilai *sustainable*, serta dukungan oleh Kerjasama yang kuat dengan mitra bisnis yang kompeten, *Sunday Space Market* terus tumbuh menjadi salah satu acara yang dinantikan di kalangan masyarakat Jakarta.

4. *Sunday Space Market 4.0*

“*Bigger and Better*” adalah semboyan yang digunakan dalam menggambarkan *Sunday Space Market 4.0*. Acara ini kembali diadakan dengan menandai perkembangan baru dari *Sunday Space Market*, dimana kali ini *Sunday Space Market* mengambil lokasi di Senayan Park yang memiliki luas venue mencapai 1000 meter persegi.

Dengan luasnya *venue* yang disediakan, *Sunday Space Market* berhasil menarik sebanyak 72 tenant yang turut berpartisipasi dalam acara ini dengan menawarkan produk yang lebih beragam dari sebelumnya. Daya Tarik *Sunday Space Market* terus bertumbuh, terbukti dengan jumlah pengunjung mencapai 1800 orang selama penyelenggaraan acara. Hal ini menjadikan *Sunday Space Market 4.0* sebagai *platform* yang semakin diminati oleh masyarakat khususnya di daerah Jakarta yang peduli dengan produk lokal dan konsep berkelanjutan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.6 Acara SSM 4.0
(Sumber: <https://www.instagram.com/sundayspacemarket/>)

Selain itu, *Sunday Space Market* 4.0 tetap mempertahankan Kerjasama yang erat dengan sejumlah mitra media yang telah bekerjasama sebelumnya, yang membantu memberikan cakupan yang luas akan jangkauan acara ini. Tidak hanya itu, *Sunday Space Market* 4.0 juga didukung oleh beberapa merek ternama, seperti Kick Avenue, Tavi, dan Ultra Voucher yang turut berkontribusi dalam kesuksesan acara ini. Keberlangsungan acara inilah yang mendorong *Sunday Space Market* untuk terus berkembang dan semakin menonjol dikalangan masyarakat Jakarta.

5. *Sunday Space Market* 5.0

Sunday Space Market 5.0 menghadirkan nuansa yang berbeda dengan membawakan tema “*Summer Break*”. *Sunday Space Market* 5.0 kali ini diadakan di Gandaria City Hall, sebuah lokasi yang terletak di dalam Mall Gandaria City, Jalan Arteri Pondok Indah, Jakarta Selatan. Sebagaimana acara *Sunday Space Market* sebelumnya, acara kali ini terus membawakan jumlah tenant dan pengunjung yang tergabung dengan jumlah yang lebih besar.

Acara *Sunday Space Market* 5.0 juga didukung oleh beberapa kegiatan baru yang belum pernah ada sebelumnya, seperti adanya

workshop berkain, dan juga live mural yang memberikan hiburan serta mendorong antusiasme pengunjung yang datang. *Sunday Space Market* kembali menjalin kolaborasi yang kuat dengan sejumlah mitra media dan didukung oleh sponsor- sponsor ternama seperti Implora, Realfood, dan Javamifi yang turut berkontribusi dalam kesuksesan acara ini.



Gambar 2.7 SSM 5.0

(Sumber:<https://www.instagram.com/sundayspacemarket/>)

Dukungan dari para mitra bisnis ini tidak hanya memperkuat posisi *Sunday Space Market* dalam industri acara dan bazaar, tetapi menjadi bukti nyata akan keberhasilan konsep *sustainability* yang ditawarkan oleh acara ini. *Sunday Space Market* terus berkomitmen dalam mendukung para pedagang lokal, dan mempromosikan produk *sustainable* serta menciptakan komunitas yang mendukung kreativitas serta inovatif khususnya bagi para generasi muda.

2.3.2 *Media Partner*

Sunday Space Market bekerjasama dengan beberapa media partner, yang berfungsi untuk meliput acara dan merilis artikel terkait acara *Sunday Space Market* untuk dipublikasikan kepada masyarakat.

Berikut adalah beberapa media partner yang pernah bergabung dan bekerjasama dengan *Sunday Space Market*:

1. Urban Sneakers Society: Merupakan *platform* media sosial yang secara khusus berfokus pada liputan seputar dunia fashion. Media ini telah mendapatkan pengakuan luas karena dedikasinya dalam meliput tren dan peristiwa terbaru, khususnya dalam hal hal yang berkaitan dengan fashion, dan budaya
2. USSher (Urban Sneakers Society Her): Merupakan *platform* media sosial yang serupa dengan Urban Sneakers Society yang fokus nya lebih kepada tren yang berkaitan dengan wanita. USSHer menghadirkan seputar liputan tentang mode, dan gaya hidup wanita.
3. Prambors Radio: *Platform* media dalam bentuk stasiun radio yang terkemuka di Indonesia. Prambors Radio selain dikenal karena pemutarak musiknya, stasiun radio seperti Prambors dapat dimanfaatkan untuk menyalurkan informasi kepada pendengar melalui siarannya dan dapat mendukung untuk kebutuhan promosi bagi penyelenggara acara atau hiburan baru di Indonesia.
4. Condfe: Condfe merupakan media yang mempromosikan seputar kehidupan wanita mulai dari tren pakaian, kehidupan, dan lain sebagainya. Condfe juga memuat publikasi yang dapat membantu mempromosikan suatu usaha melalui konten konten yang disajikannya.
5. Cretivox: merupakan media berita yang menyajikan liputan liputan berita yang dikemas dalam bentuk konten konten yang mampu menarik pembacanya.

Dan terdapat beberapa *media partner* lain yang pernah bekerjasama dengan *Sunday Space Market*, antara lain: Lewat Lensa, Senya, Ruang Bersuara, Medium Journal, Katalog Akhir Pekan, Our Circle, JKT Creartive Media, dan Now Dots.

2.3.3 Sponsorship

Sunday Space Market berhasil memperoleh *sponsorship* untuk kerjasama dalam acara *Sunday Space Market* oleh beberapa *brand* besar seperti:

1. Kick Avenue: adalah sebuah *marketplace* yang menyediakan berbagai produk seperti sepatu, kaos, dan juga beberapa merek luar. Kick Avenue bekerja sama dengan *Sunday Space Market* dengan memberikan dukungan sponsor dalam *voucher* belanja dan *giveaway*.
2. Tavi: merupakan brand *skincare* yang berasal dari Indonesia. Tavi bekerja sama dengan *Sunday Space Market* dalam bentuk aktivasi yang dapat ditukarkan dengan *voucher giveaway* dan mendapatkan produk dari Tavi
3. Ultra Voucher: Ultra Voucher memberikan dukungan *sponsorship* kepada *Sunday Space Market* kedalam bentuk aktivasi *voucher* belanja yang dapat digunakan selama acara *Sunday Space Market*.
4. Implora: merupakan salah satu brand kecantikan asal Indonesia. Implora memberikan dukungan kepada *Sunday Space Market* dengan memberikan beberapa produk Implora sebagai salah satu bagian dari brand *campaign Sunday Space Market*.
5. Realfood: merupakan program makanan sehat yang didistribusikan di Indonesia. Realfood bekerja sama dengan *Sunday Space Market* dengan memberikan aktivasi yang dapat ditukarkan dengan salah satu produk Realfood. Tujuannya agar kedua belah pihak dapat saling menguntungkan dengan adanya promosi dari *platform* masing masing usaha.

6. Javamifi: Javamifi merupakan penyedia rental *wi-fi portable* atau internet yang mendukung acara *Sunday Space Market* dengan menyediakan layanan rental atau sewa *wi-fi portable*.

2.3.4 Brand Partnership

Selain *Media Partner* dan juga *Sponsorship*, *Sunday Space Market* juga memiliki beberapa brand yang bekerjasama dengan *Sunday Space Market* untuk menawarkan kerjasama usaha selama acara berlangsung dengan tujuan untuk saling memberikan keuntungan melalui aktivasi *program*, kampanye, maupun promosi yang dilakukan pada masing masing *platform* media sosial. Berikut merupakan nama nama merek yang pernah bekerja sama selama acara *Sunday Space Market*, diantara nya adalah:

1. RELX Indonesia (*collaborative brand*)

RELX Indonesia bekerja sama dengan *Sunday Space Market 5.0*, untuk mengadakan *giveaway* produk sebagai bentuk aktivasi yang dapat meningkatkan interaksi dari pengunjung *Sunday Space Market 5.0*.



Gambar 2.8 Giveaway RELX x SSM 5.0
(Sumber: <https://www.instagram.com/sundayspacemarket/>)

2. Berkain by Remaja Nusantara (*workshop*)

Berkain by Remaja Nusantara merupakan brand yang berkolaborasi dengan *Sunday Space Market 5.0* untuk mengadakan *workshop* berkain. *Workshop* ini diadakan sebagai salah satu bagian dari rangkaian aktivitas kegiatan yang diadakan di *Sunday Space Market 5.0*.

3. Pictant photo studio (*collaborative brand*)

Pictant merupakan sebuah brand yang menyediakan jasa berupa *photobooth portable* yang tujuannya untuk pelengkap acara. Pictant berkolaborasi dengan *Sunday Space Market* dalam bentuk *profit sharing* sebagai bentuk kerjasamanya. Dimana Pictant sebagai penyedia jasa dan *Sunday Space Market* sebagai pembawa masa.

4. Kefi photo studio (*collaborative brand*)

Kefi Photo Studio merupakan sebuah brand yang menyediakan jasa berupa *self-photo* dimana pengunjung dapat melakukan sesi pemotretan secara mandiri dengan bantuan alat yang telah disediakan. Kerjasama antara Kefi Photo Studio dengan *Sunday Space Market* adalah *profit sharing* dimana Kefi Photo Studio sebagai penyedia jasa dan *Sunday Space Market* sebagai pembawa masa.

5. Irietrixy (*workshop*)

Irietrixy merupakan seniman atau mural artist asal Indonesia dengan kemampuan seninya dalam bidang mural. Irietrixy bekerja sama dengan *Sunday Space Market* untuk memeriahkan acara dengan menampilkan pertunjukan *live* mural.



Gambar 2.9 Live Mural oleh Irietrixy
(Sumber: <https://www.instagram.com/sundayspacemarket/>)

Dan beberapa kolaborasi lainnya seperti dengan brand local Nevernott, Phooto, dan Ken's Studio.

2.3.5 Key Opinion Leader (KOL)

Bentuk kerjasama lain yang dilakukan oleh *Sunday Space Market* adalah dengan melakukan kerjasama dengan KOL atau *Key Opinion Leader*. KOL diartikan sebagai seseorang yang aktif dalam jejaring social dan memiliki sejumlah pengikut, dan mampu memberikan pendapat maupun ulasan yang dapat mempengaruhi orang lain. *Sunday Space Market* memanfaatkan KOL sebagai bagian dari strategi pemasaran dan promosi *Sunday Space Market*. KOL berperan untuk mendorong partisipasi masyarakat untuk mempengaruhi pengikut mereka dan memberikan dorongan untuk menghadiri acara *Sunday Space Market*. KOL juga berfungsi untuk meningkatkan kredibilitas *Sunday Space Market* sebagai perusahaan yang kompeten dan mendukung produk produk *sustainable*.