

## Bab 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1 Kesimpulan

Dalam perkembangan zaman, aktifitas pasar akan terus berkembang mengikuti wadah dunia yang semakin global. Sehingga saat ini perkembangan pasar tidak hanya berkembang melalui pasar konvensional, melainkan diperluas dan spesifik menuju pasar digital. Hal ini tentunya memberikan proses yang panjang antara pegiat usaha pasar konvensional dan pasar digital. Proses ini tentunya tidak banyak dimengerti dan dimanfaatkan pada sektor usaha konvensional, hal ini tentunya sangat disayangkan dan berdampak serius jika tidak dimanfaatkan. Dalam pergerakan pasar digital, peran sosial media dan *platform E-Commerce* dibutuhkan untuk tetap terlihat dan dijangkau semua orang. Hal tersebut dilakukan dan dimanfaatkan oleh *brand fashion streetwear* lokal bernama AFROW.CO. AFROW.CO memiliki jenis produk yang digemari pria ataupun wanita dengan umur 16 hingga 25 tahun dengan status pelajar hingga pekerja. Sejak awal didirikan pada tahun 2018, AFROW.CO memulai usahanya berbasis online dengan pemanfaatan sosial media Instagram dan *platform E-Commerce* Shopee. Perkembangan AFROW.CO diikuti dan dilalui dengan krisis kesehatan dunia yaitu wabah pandemi Covid-19. Pada saat wabah pandemi Covid-19 AFROW.CO mengalami peningkatan pasar dan penjualan dikarenakan aktifitas pasar konvensional dibatasi dengan *social distancing*. Pertumbuhan ini tentunya melahirkan solusi baru dalam pemanfaatan pasar digital yang harus dimanfaatkan setiap pelaku usaha *fashion* dalam usahanya dalam bentuk *hybrid* (pasar konvensional dan digital). Sebelumnya, AFROW.CO juga sudah memiliki kantor, gudang, dan *workshop* yang berlokasi di daerah Sawangan, Depok, Jawa Barat. Dari perkembangan ini AFROW.CO melakukan pemanfaatan pasar digital dengan cara penggunaan *pay traffic ads* berbasis Facebook Ads yang terhubung melalui Instagram Ads. Lalu pembuatan konten yang berkonsep dan didasari dengan identitas dari *brand* AFROW.CO yaitu gaya rambut model peraga *Afro*. Dukungan tersebut diperluas dengan metode *Endorse* yang dilakukan AFROW.CO yang diusung oleh beberapa *Public Figure* atau *Influencer* untuk mengenalkan sisi *branding* AFROW.CO. Pada kanal penjualan AFROW.CO memanfaatkan *platform E-Commerce* Shopee, hal tersebut didukung dengan mudahnya

penggunaan fasilitas promosi yang memudahkan *brand* AFROW.CO dalam menawarkan produknya. Efisiensi minat konsumen juga ditingkatkan melalui kualitas informasi yang diwakilkan melalui foto produk ataupun informasi deskripsi pada setiap variasi produk. Dari pemanfaatan ini target konsumen dari AFROW.CO akan lebih spesifik dan tertarget. Hal tersebut membuat AFROW.CO dapat memaksimalkan analisa dari efisiensi mengenai strategi *campaign* dan pengeluaran produk baru. Efisiensi juga ditimbulkan melalui evaluasi proses *trial and error* yang melahirkan solusi terhadap strategi yang kurang menguntungkan dan mengembangkan strategi menguntungkan hingga mencapai indikator yang ditentukan.

## 5.2 Saran dan Rekomendasi

AFROW.CO merupakan salah satu *brand fashion streetwear* yang sukses dalam penerapan pemasaran digital. Dari dominasi pemasaran yang dilakukan, AFROW.CO dikuatkan melalui sosial media Instagram dibanding dengan *E-Commerce Platform* (Shopee). Secara konsep AFROW.CO sudah berhasil menerapkan roadmap dan business plan dengan penawaran terhadap calon konsumen tertarget, tetapi penambahan ini bisa dilakukan oleh AFROW dengan cara memperluas target konsumen dengan menjual produk casual basic-tee sehingga menjangkau pasar yang lebih luas. Hal tersebut dikarenakan proses pengenalan dan promosi melalui sosial media hanya terfokus dalam investasi engagement yang berujung dengan dominasi pengenalan *brand* dibanding dengan penjualan. Dalam hal ini, banyak program yang terdapat pada Platform E-Commerce Shopee yang belum dimanfaatkan oleh AFROW.CO untuk meningkatkan angka penjualan langsung. Dalam terapanya, proses Endorse yang dilakukan AFROW.CO tidak menyeluruh dan konsisten, hal tersebut dikarenakan keterbatasan budget yang dikeluarkan. Dalam teknik ini terdapat beberapa cara lain seperti menawarkan produk yaitu dengan cara live streaming di berbagai platform sosial media seperti Instagram, Tiktok, dan Facebook. Saat ini platform E-Commerce Shopee menghadirkan fitur Shopee Video dengan tampilan mirip dengan alur sosial media Tiktok atau Instagram Reels. Dengan ketertarikan pasar yang tinggi serta pembawaan identitas yang terkonsep, calon konsumen akan tertarik dan percaya terhadap produk yang ditawarkan AFROW.CO. Hal tersebut harus diperhatikan

dan diseimbangkan dengan pergerakan pemasaran yang sudah berjalan konsisten. Pemanfaatan fitur Shopee Video harus dilakukan oleh AFROW.CO dengan konsep konten yang berhubungan dengan konten sosial media Instagram AFROW.CO. Dengan ini jangkauan pasar akan lebih luas dikarenakan sebaran konten ini melahirkan traffic organik yang akan berkembang dan membesar seiring berjalanya waktu. Hal tersebut untuk mendukung mengetahui jenis konten yang diinginkan konsumen dari berbagai media pemasaran dengan jangkauan yang semakin merata. Dari sisi ini, AFROW.CO dapat mencoba fitur iklan kata kunci pada platform E-Commerce Shopee karena dapat membantu traffic yang akan mengerucut pada penjualan langsung. Dari proses wawancara yang dihasilkan, beberapa kegiatan campaign yang dilakukan pada platform E-Commerce Shopee merupakan campaign internal dan tidak melalui naungan Shopee. Proses analisa terhadap produk atau layanan baru sudah bagus dilakukan dengan memperhatikan luasan pasar. Keterbatasan penelitian ini didapatkan pada keperluan kajian analisis lanjutan untuk mengetahui efek pemasaran terhadap pelanggan dalam pengembangan AFROW.CO.