

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan minat seller pada event organizer Cuan Market di Surabaya, maka diperoleh beberapa kesimpulan penting sebagai berikut:

1. Cuan Market tidak hanya menghadirkan *thrift* memiliki kekuatan pada konsep acara yang kreatif dan bervariasi. Seperti kolaborasi dengan *guest star*, *influencer*, musisi, serta komunitas lokal yang mampu menarik pengunjung.
2. Cuan Market tidak hanya menghadirkan *thrift* tetapi juga menghadirkan hiburan dan kegiatan interaktif yang menarik perhatian pengunjung sekaligus mendorong *seller* untuk berpartisipasi.
3. Strategi pemasaran digital yang dimiliki Cuan Market khususnya Instagram, sangat efektif dalam membangun citra positif dan memperluas jangkauan promosi. Hal ini berdampak langsung pada meningkatnya minat *seller* untuk bergabung.
4. Pelayanan Cuan Market kepada *seller* seperti *feedback*, laporan penjualan harian atau *sales report*, dan pendampingan selama *event* berlangsung hubungan loyalitas dan kepercayaan *seller* dalam jangka panjang.
5. Ancaman Cuan Market seperti persaingan antar *event organizer* serta tren *thrift* diantisipasi dengan inovasi dan penyesuaian strategi secara berkala

agar Cuan Market tetap relevan dan diminati semua kalangan pengunjung dan para *seller*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, penulis memberikan beberapa saran kepada pihak Cuan Market agar ke depannya dapat lebih meningkatkan strategi pemasaran yang telah diterapkan diantaranya:

1. Memperkuat variasi konsep *event* agar *seller* tertarik, tidak merasa jenuh dan lebih berminat untuk berpartisipasi di *event* selanjutnya.
2. Mengembangkan kemitraan yang strategis dengan pihak sponsor, *influencer*, dan komunitas lokal untuk memperluas jaringan serta meningkatkan daya tarik *event*.
3. Mempertahankan dan mengembangkan strategi digital *marketing*, dengan memaksimalkan *platform* Instagram, TikTok, dan kolaborasi dengan *influencer* untuk menjangkau target pasar yang lebih luas.
4. Menyiapkan strategi mitigasi risiko, seperti menghadapi persaingan ketat atau penurunan minat *seller*, agar dapat bertahan dalam industri *event organizer* yang dinamis.
5. Melakukan evaluasi rutin terhadap setiap *event*, agar dapat mengidentifikasi kelemahan dan meningkatkan kualitas acara berikutnya, baik dari sisi promosi, konsep, maupun pelayanan.

6. Melakukan riset pasar secara berkala untuk menyesuaikan strategi pemasaran dengan tren *fashion* dan preferensi pasar, serta menciptakan pengalaman *event* yang relevan dengan generasi muda.