

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1. Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran dari hasil penelitian dan pembahasan di bab sebelumnya, peneliti mendapatkan kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian ini. Dalam manajemen *event* virtual dalam rangka mempertahankan *brand image* terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk mendukung kesuksesan sebuah *event* yaitu penelitian, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. Selanjutnya untuk mengetahui *brand image* suatu *brand* di benak pelanggan terdapat beberapa dimensi yang harus dianalisa yaitu identitas merek, personalitas merek, asosiasi merek, juga sikap dan perilaku merek.

1. Penelitian yang dilakukan dalam penyelenggaraan *event* virtual J&T Super Seller mengenai latar belakang terselenggaranya *event* virtual tersebut. Dalam kondisi pandemi covid-19, transaksi *e-commerce* meningkat sangat signifikan dan hal itulah yang membuat J&T Express tergerak menyelenggarakan *event* virtual yang dapat membantu pengembangan bisnis *online* di Indonesia.
2. Desain yang dibuat oleh *branding division* J&T Express berupa dekorasi sederhana pada aplikasi *zoom meeting* dikarenakan *event* dilakukan secara virtual. Konsep yang diusung dalam *event* virtual J&T Super Seller adalah program inkubator bisnis yang diselenggarakan bagi mahasiswa yang memiliki bisnis *online*.
3. Perencanaan dalam penyelenggaraan *event* virtual J&T Super Seller meliputi pembagian tugas antar tim *branding division* J&T Express. *Branding Division* J&T Express juga turut mendapatkan dukungan dari sponsor dan *media partner* dalam menyukseskan *event* virtual tersebut. Perencanaan juga meliputi teknis dan waktu pelaksanaan dari *press conference* sampai dengan *grand final*.
4. Tahap koordinasi selama pelaksanaan *event* virtual J&T Super Seller dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yaitu whatsapp group dan Instagram. Didalam media sosial tersebut, *branding division* secara rutin memberikan *update* kegiatan *event* virtual J&T Super Seller dan membagikan tips-tips menarik bagi para pelaku bisnis yang ada dalam komunitas tersebut.

5. Evaluasi yang dilakukan oleh *branding division* mengenai tujuan dari *event* virtual J&T Super Seller yang telah tercapai yaitu membantu mahasiswa Indonesia dalam pengembangan bisnis selama pandemi. Adapun kendala yang dialami selama penyelenggaraan *event* virtual adalah koneksi internet atau sinyal yang terkadang membuat percakapan terganggu dan delay.
6. Identitas merek J&T Express dari logo dan warna merek sangat familiar dan mudah dikenali masyarakat terutama para pelaku bisnis *online*.
7. Personalitas merek yang dimiliki oleh J&T Express adalah sebagai pelopor ekspedisi yang memberikan layanan transaksi COD (*Cash On Delivery*) di Indonesia. J&T Express juga memiliki layanan yang inovatif dan dapat menyesuaikan kebutuhan pelanggan.
8. Asosiasi merek J&T Express berkaitan dengan program-program yang diselenggarakan oleh J&T Express memberikan dampak yang positif bagi para pelaku bisnis *online*, selain itu J&T Express juga memiliki *brand ambassador* yang sangat dikenal masyarakat Indonesia.
9. Sikap dan Perilaku merek terhadap pelanggan, J&T Express aktif untuk berinteraksi dengan pelanggan mereka, salah satunya dengan adanya J&T Friends Community sebagai komunitas untuk menaungi para *seller online* dengan diberikannya *update* informasi dan berbagai tips bisnis yang membangun.

## 1.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada manajemen *event* virtual Super Seller dalam mempertahankan *brand image* J&T Express, peneliti akan memberi saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan :

1. *Event* virtual J&T Super Seller merupakan program inkubator bisnis yang diselenggarakan oleh J&T Express, *event* virtual ini perdana dilaksanakan saat kondisi pandemi. Karena kondisi tersebut, koordinasi menjadi kurang intens kepada para peserta kompetisi, jika kedepannya *event* dengan konsep seperti ini akan kembali diselenggarakan, maka sebaiknya *branding division* J&T Express lebih intens untuk melakukan koordinasi dan komunikasi walaupun kondisi secara virtual.
2. Proses seleksi *event* virtual J&T Super Seller, yaitu J&T Youngpreneur dilakukan di 10 kota besar di seluruh Indonesia. Diharapkan pihak J&T Express dapat menambah lokasi untuk dilakukannya seleksi, mengingat acara ini sangat bermanfaat bagi para pelaku usaha *online* di Indonesia.