

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Butik House Of Dinna (HOD) adalah butik yang menjual segala keperluan busana muslim dengan rancangan dari anggota Hijabers Community (HC). Untuk memperkenalkan atau agar masyarakat mengetahui bahwa merek dari anggota HC yang sedang trend saat ini, butik HOD memilih bazaar untuk menarik perhatian masyarakat. Dalam menyelenggarakan bazaar, Manajemen *event* yang diselenggarakan butik HOD untuk memperkenalkan brand dari anggota HC masih perlu diperbaiki, seperti dalam perencanaan dan pelaksanaan. Mengenai tema, konsep, penataan stand, dan sebagainya.

Dalam kegiatan promosi walaupun baru dilakukan dengan menggunakan media jejaring sosial *facebook* dan *twitter* ternyata mampu mendapat respon positif dari masyarakat. Mendapat respon positif dari pengunjung dan target sasaran dalam bazaar ini sesuai yang diharapkan yaitu wanita muslim dari kalangan pelajar, mahasiswa, sampai dengan ibu rumah tangga maupun yang sudah bekerja. Jumlah pengunjungpun selalu ramai walaupun dalam terselenggaranya bazaar pengunjung mengeluh karena stand yang sempit.

Tujuan menyelenggarakan bazaar untuk memperkenalkan *brand* dari anggota HC berhasil, terbukti dengan pengunjung yang mengetahui merek dari anggota HC yang di tuliskan dalam kertas komentar pengunjung yang dibagikan oleh *supervisor* HOD yang kemudian di evaluasi padaa saat bazaar telah terselenggara. Rapat koordinasi dengan staf di HOD untuk membentuk kepanitiaan agar bazar ini dapat berjalan dengan baik. Menetapkan tugas pokok dan tanggung jawab masing-masing staf dalam mensukseskan bazaar di HOD.

Kerjasama dengan menggandeng beberapa butik dan *online shop* yang berada di Yogyakarta untuk ikut meramaikan bazaar, berhasil menarik perhatian pengunjung. Terbukti masyarakat yang sebelumnya tidak mengetahui adanya bazaar yang diselenggarakan oleh HOD, karena mereka melihat ada keramaian di halaman parkir HOD masyarakat menjadi tertarik untuk mengunjunginya.

B. Saran

1. Pada saat terselenggaranya bazaar, sebaiknya *supervisor* HOD memantau jalannya bazaar atau menjadi koordinator lapangan. Hal itu bertujuan agar *supervisor* bisa mengetahui secara langsung bagaimana bazaar itu berlangsung dan bisa disampaikan saat evaluasi.
2. Dalam penggunaan media promosi, sebaiknya *marketing* tidak hanya menggunakan media jejaring sosial untuk mempromosikan bazaar. Alangkah baiknya juga menggunakan media seperti brosur, spanduk, leaflet, radio, majalah atau koran, dan sebagainya.
3. Dalam penataan stand, agar lebih diperhatikan lagi. Seperti batas antara stand satu dengan stand lainnya, atap, dan sebagainya misalnya seperti menggunakan tenda kerucut. Hal tersebut perlu dilakukan karena menyangkut kenyamanan pengunjung dan peserta bazaar.
4. Peraturan dalam mengikuti bazaar sebaiknya tidak hanya disampaikan oleh *supervisor* ketika calon peserta melakukan transaksi di butik HOD, tetapi juga di cantumkan dalam formulir kepesertaan bazaar.
5. Sebaiknya setiap bazaar yang diselenggarakan, menggunakan konsep dan tema yang berbeda dan lebih unik lagi sehingga membuat pengunjung yang baru pertama kali mengunjungi menjadi tertarik untuk datang lagi, dan pengunjung sebelumnya juga pernah mengunjungi tidak bosan dengan bazaar busana muslim yang diselenggarakan butik HOD.

Demikian kesimpulan dan saran yang dapat peneliti kemukakan dalam skripsi ini. Semoga apa yang peneliti sarankan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, dalam hal ini adalah butik House Of Dinna. Peneliti berharap skripsi ini juga dapat bermanfaat untuk pembaca dalam penelitian tentang manajemen *event* selanjutnya. Peneliti juga menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar lebih bisa fokus pada media promosi dalam manajemen *event*.