

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa *Brand Pomelo Fashion* Indonesia berupaya mempertahankan posisinya di industri *fashion* Indonesia dan bangkit dari keterpurukannya. Dalam kurun waktu satu tahun, Pomelo mengembangkan strategi *digital marketing* yang selaras dengan empat pilar utama dalam visi dan misinya. Pesan yang disampaikan sangat relevan dan personal bagi target pasar, didukung oleh pemilihan media yang tepat, sehingga menciptakan ciri khas yang kuat bagi merek Pomelo di benak konsumen. Meskipun target pasar Pomelo cukup luas, mereka selalu memastikan bahwa produk yang ditawarkan tetap relevan dengan setiap segmen pelanggan yang ada.

Pomelo menerapkan pendekatan pemasaran IMC (*Integrated Marketing Communication*) dalam digital marketingnya, dengan memanfaatkan berbagai saluran digital yang saling terintegrasi yaitu a. *Search Engine Marketing (SEM), Online Public Relations, Online Partnership, Interactive Advertising, Opt-in Email Marketing, dan Social Media Marketing*. Pesan yang disampaikan melalui saluran pemasaran Pomelo bertujuan untuk memperkuat *brand image* dan membuat pelanggan merasa terhubung dengan Pomelo. Konten yang disajikan disesuaikan dengan kebutuhan *target market*, pendekatan yang personal dengan *customer*, serta produk-produk terbaru yang mengikuti tren. Sebagai pendatang baru di pasar Indonesia, Pomelo *Fashion* telah menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat.

5.2 Saran

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih kepada strategi digital marketing. Oleh karena itu peneliti memberikan saran:

5.2.1 Saran Praktis

1. Pomelo dapat lebih memprioritaskan promosi produk *new arrival* di *platform* media sosial. Dengan membuat konten atau *highlight* yang lebih *compact* dan konsisten setiap minggunya, Pomelo dapat memastikan bahwa para *followers* selalu terinformasi bahwa produk yang diposting adalah produk terbaru. Hal ini akan membantu meningkatkan kesadaran audiens terhadap produk baru.
2. Mengingat keberlanjutan (*sustainability*) merupakan nilai tambah bagi Pomelo, kampanye yang mengangkat isu ini perlu lebih digalakkan. Pomelo sebaiknya lebih menonjolkan aspek keberlanjutan dalam setiap pesan yang dibagikan kepada pelanggan. Dengan menekankan komitmen Pomelo terhadap keberlanjutan, Pomelo dapat membuka segmen baru konsumen yaitu, yang peduli terhadap isu lingkungan, sekaligus memperkuat citra positif merek di mata audiens.
3. Pomelo dapat membangun dan memperkuat komunitas Pomelo *Girls* di media sosial, seperti Instagram, Facebook, atau *platform* lainnya, dengan lebih aktif mengajak pelanggan untuk berbagi pengalaman, tips gaya, dan cerita mereka menggunakan produk Pomelo. Kampanye seperti *#PomeloGirls* bisa mendorong para pelanggan untuk berbagi konten yang berkaitan dengan merek, yang dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas Pomelo.

5.2.2 Saran Akademis

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang ada pada penelitian ini. Agar dapat menghasilkan temuan yang lebih detail dan mendalam, penelitian selanjutnya perlu membatasi ruang lingkup penelitian. Dengan memfokuskan pada satu aspek tertentu dari strategi digital

marketing Pomelo, peneliti dapat melakukan analisis yang lebih mendalam dan menyeluruh. Misalnya, penelitian dapat berfokus pada analisis mendalam terhadap efektivitas kampanye KOL marketing Pomelo atau pengaruh *design website* terhadap keputusan pembelian *customer*. Hal ini akan memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang berkontribusi pada keberhasilan atau kegagalan suatu strategi.