

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian berjudul “*Peran Event Marketing Turnamen Gim Mobile Legends dalam Meningkatkan Penjualan (Studi di Kedai Kopi Harapan Kabupaten Nganjuk)*”, dapat disimpulkan:

1. Event Marketing yang dilakukan di Kedai Kopi Harapan Kabupaten Nganjuk

Kedai Kopi Harapan menerapkan strategi *event marketing* melalui penyelenggaraan turnamen gim *Mobile Legends* dengan menggandeng komunitas Gamers Alliance Nganjuk. Komunitas tersebut berperan sebagai penyelenggara utama yang bertanggung jawab atas seluruh teknis pelaksanaan, mulai dari penyusunan sistem pertandingan, promosi, hingga pengelolaan anggaran, sementara pihak kedai menyediakan tempat, fasilitas teknis, serta dukungan dana. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk menarik minat konsumen dari kalangan pelajar dan pemuda usia 16–25 tahun. Promosi *event* dilakukan secara sederhana melalui media sosial dan poster fisik. Secara umum, pelaksanaan *event* berjalan dengan baik, mendapat respons positif dari peserta, serta dinilai memuaskan dalam aspek pelayanan, suasana, dan fasilitas yang disediakan.

2. Peran *Event Marketing* Turnamen Gim *Mobile Legends* dalam Meningkatkan Penjualan di Kedai Kopi Harapan Kabupaten Nganjuk.

Event turnamen tersebut terbukti memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan penjualan. Sebelum *event*, rata-rata penjualan harian berada pada kisaran Rp800.000, meningkat menjadi Rp7.000.000 pada saat *event*, dan tetap stabil pada angka sekitar Rp2.000.000 setelah *event* berlangsung. Pendekatan promosi yang dilakukan secara langsung dan informal tetap efektif karena didukung suasana kompetitif, durasi acara yang panjang, serta ketersediaan menu yang variatif dan terjangkau. Dari delapan responden, enam menyatakan suasana *event* sangat memuaskan. Mereka mengapresiasi atmosfer kompetitif, semangat peserta, serta keramaian yang tercipta selama *event* berlangsung. Selain itu, pelaksanaan *event* juga mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat citra positif kedai, sehingga berpotensi untuk dijadikan strategi pemasaran yang berkelanjutan di masa mendatang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pelaksanaan *Event* Secara Berkala dan Terjadwal

Kedai Kopi Harapan disarankan untuk menyelenggarakan *event* turnamen gim *Mobile Legends* secara berkala dan terintegrasi dalam

kalender pemasaran . Hal ini bertujuan agar kegiatan *event marketing* tidak hanya berdampak sesaat, melainkan juga berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan serta penguatan identitas merek dalam jangka panjang.

2. Formalisasi Kerja Sama dengan Komunitas

Kolaborasi dengan komunitas Gamers Alliance Nganjuk terbukti efektif dalam pelaksanaan *event*. Oleh karena itu, pihak kedai sebaiknya membangun kemitraan jangka panjang yang terstruktur agar keduanya dapat merancang agenda rutin, berbagi tanggung jawab secara jelas, dan meningkatkan kualitas pelaksanaan *event* ke depannya.

3. Penguatan Strategi Digital dan Komunitas Online

Strategi promosi digital terbukti menjangkau target audiens dengan baik, khususnya kalangan remaja hingga dewasa muda. Pihak kedai disarankan mengembangkan strategi digital berkelanjutan melalui pengelolaan akun media sosial secara konsisten, kolaborasi dengan *content creator*, serta pengaktifan komunitas digital melalui grup WhatsApp, Discord, atau media lainnya yang relevan.

4. Diversifikasi Sumber Pendapatan Selama Event

Untuk meningkatkan potensi pemasukan, pihak kedai dapat menjajaki peluang seperti sponsorship dari brand lokal, penjualan *merchandise* eksklusif bertema *event*, dan pembuatan paket bundling makanan dan minuman selama acara berlangsung. Hal ini juga dapat menambah nilai pengalaman bagi pengunjung.

5. Peningkatan Kualitas dan Kapasitas SDM Internal

Keberhasilan pelaksanaan *event* tidak hanya bergantung pada komunitas, tetapi juga pada kesiapan tim internal. Oleh karena itu, penting bagi pihak kedai untuk melakukan pelatihan bagi staf dalam hal manajemen acara, pelayanan pelanggan, pengelolaan sistem pendaftaran, serta pemahaman teknis terkait jaringan internet dan kelistrikan.

6. Pemanfaatan dan Analisis Secara Berkelanjutan

Evaluasi rutin terhadap setiap pelaksanaan *event* perlu dilakukan dengan menggunakan data yang objektif, seperti jumlah peserta, omzet penjualan, dan hasil survei kepuasan pelanggan. Hal ini penting untuk menilai efektivitas program dan sebagai dasar pengambilan keputusan di masa depan.

7. Pemahaman Mendalam terhadap Target Pasar

Untuk menjaga relevansi dan meningkatkan daya tarik *event*, pihak kedai perlu memahami lebih dalam karakteristik target pasar utama seperti remaja, mahasiswa, dan pekerja muda. Hal ini dapat dilakukan melalui survei kebutuhan, wawancara terbuka, atau pengumpulan *feedback* setelah *event* selesai.

