BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai "Komunikasi Pemasaran Berbasis Komunitas di *Platform* X Komunitas Murah-Murah", beberapa kesimpulan penting dapat diambil terkait dengan *community marketing* dalam komunitas murah-murah yang mempengaruhi anggota komunitas. Dalam konteks Komunitas "Murah-Murah", hal ini terwujud melalui terciptanya lingkungan di mana anggota secara aktif berinteraksi, berbagi informasi, dan merasakan nilai kolektif dari kebersamaan. Komunitas Murah-Murah X telah berhasil membangun model keberhasilan digital yang terintegrasi, didukung oleh empat pilar utama yaiu, Kepercayaan konsumen, *Brand awareness*, Pendekatan dengan konsumen, dan Hubungan jangka panjang.

1. Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen di Komunitas Murah-Murah X dibangun melalui interaksi yang terbuka dan jujur. Penjual memberikan deskripsi produk yang detail dan akurat, termasuk kekurangan kecil, sehingga pembeli merasa mendapatkan informasi yang lengkap untuk membuat keputusan yang tepat. Dukungan antaranggota, seperti berbagi pengalaman positif dan ulasan jujur, juga meningkatkan kepercayaan, dengan rekomendasi dari sesama anggota dianggap lebih dapat dipercaya dibandingkan iklan tradisional.

Peran admin komunitas sangat penting dalam memperkuat kepercayaan ini. Admin secara proaktif menerapkan aturan untuk melindungi anggota, termasuk merekomendasikan transaksi melalui *platform e-commerce* terpercaya yang memiliki sistem keamanan. Responsivitas admin dalam menangani laporan penipuan dan

pelanggaran aturan, serta larangan penjualan barang berisiko, menunjukkan komitmen untuk menjaga integritas komunitas.

Kombinasi interaksi transparan, kejujuran penjual, dukungan antaranggota, dan perlindungan dari admin menciptakan ekosistem jual beli yang aman dan saling mendukung. Anggota tidak hanya mencari barang murah, tetapi juga menemukan lingkungan yang saling percaya. Pembeli merasa aman bertransaksi, sementara penjual termotivasi untuk menjaga reputasi baik mereka, sehingga komunitas ini menumbuhkan rasa kebersamaan dan integritas tanpa mengorbankan nilai "amanah."

2. Brand Awareness

Komunitas Murah-Murah X menunjukkan pertumbuhan pesat, dengan jumlah anggota meningkat dari 339 ribu pada 2024 menjadi 585 ribu pada Juni 2025. Lonjakan ini mencerminkan tingginya kesadaran publik dan minat terhadap komunitas ini. Identitas merek "Murah-Murah X" mencerminkan nilai inti hemat dan berbagi yang dirasakan anggota. Pengalaman positif ini memperkuat citra merek sebagai sumber terpercaya untuk belanja hemat.

Tingginya kepuasan anggota memicu fenomena *word-of-mouth* (WOM) yang masif, baik secara lisan maupun digital (E-WOM). Rekomendasi dari anggota yang puas memiliki tingkat kepercayaan lebih tinggi dibandingkan iklan tradisional, sehingga memperkuat kepercayaan calon anggota. Siklus positif ini, di mana kesadaran merek mendorong kepercayaan dan WOM, menjadi pendorong utama pertumbuhan berkelanjutan Komunitas Murah-Murah X.

3. Pendekatan Dengan Konsumen

Pendekatan dengan konsumen di Komunitas Murah-Murah X bertujuan membangun koneksi yang kuat dan personal, melampaui transaksi jual beli. Penyajian Produk Bekas yang Menarik dan Jujur. Penjual menampilkan produk bekas dengan foto berkualitas tinggi dan

deskripsi detail, termasuk kekurangan minor. Kejujuran ini membangun kepercayaan pembeli, memungkinkan mereka membuat keputusan yang terinformasi dan mengurangi potensi kekecewaan.

Kombinasi penyajian produk yang jujur, penawaran unik, dan transaksi yang aman menciptakan pengalaman belanja yang holistik. Konsumen merasa dihargai dan terlindungi, dengan dukungan dari penjual dan anggota lain, menjadikan komunitas ini lebih dari sekadar tempat jual beli, tetapi juga ekosistem yang saling mendukung.

4. Hubungan Jangka Panjang

Seluruh pilar strategi *community marketing* Komunitas Murah-Murah X diarahkan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Setiap elemen, mulai dari membangun kepercayaan melalui transparansi dan keamanan, meningkatkan *Brand* awareness dengan nilai-nilai inti dan *word-of-mouth*, hingga pendekatan personal dengan penawaran unik, bertujuan menciptakan ikatan yang langgeng.

Komunitas ini fokus tidak hanya pada akuisisi anggota baru, tetapi juga pada retensi mereka. Dengan memberikan pengalaman positif yang konsisten, pelanggan baru didorong untuk kembali berbelanja, menjadikan mereka bagian integral dari komunitas. Pelanggan yang loyal akan menjadi advokat bagi Komunitas Murah-Murah X, merekomendasikan komunitas ini kepada orang lain. Fenomena *Electronic Word-of-Mouth* (E-WOM) ini menjadi mesin pertumbuhan organik yang efektif, menarik lebih banyak anggota baru dan memastikan keberlanjutan komunitas.

Hubungan jangka panjang ini menciptakan ekosistem yang saling menguntungkan, di mana anggota mendapatkan penawaran menarik dan lingkungan belanja yang aman, sementara komunitas memperoleh loyalitas dan reputasi positif. Prioritas pada kepercayaan, nilai, dan kepuasan anggota memastikan ekosistem ini tetap sehat dan relevan,

mendorong interaksi berkelanjutan dan memperkuat ikatan antaranggota.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai "Analisis Komunikasi Pemasaran Dalam *Platform* X Komunitas Murah-Murah", terdapat beberapa saran yaitu:

1. Bagi anggota yang berjualan pastikan jujur dan transparansi poduk. Selalu memberikan deskripsi produk yang akurat dan jujur, termasuk detail minor seperti kekurangan barang. Kejujuran ini merupakan fondasi kepercayaan yang membedakan komunitas ini dan mendorong loyalitas pembeli. Berikan respon yang cepat terhadap pertanyaan atau keluhan. Karena penanganan keluhan yang baik itu bisa mengubah potensi kekecewaan menjadi pengalaman yang positif dan dapat memperkuat loyalitas. Buatkan postingan yang menarik, jangan hanya gambar dan text seadanya.

2. Bagi konsumen untuk selalu memastikan verifikasi akun yang sedang ingin anda beli. Meskipun komunitas ini dikenal amanah, selalu luangkan waktu untuk membaca detail postingan, bertanya jika ada keraguan. Aktif juga dalam memberi umpan balik, berikan ulasan jujur atau laporkan pengalaman (baik positif maupun negatif) untuk membantu anggota lain dan admin dalam menjaga kualitas serta keamanan komunitas.

3. Bagi admin komunitas, pertahankan dalam mekanisme keamanan. Terus kembangkan dan implementasikan kebijakan yang ketat terhadap penipuan. Pertimbangkan untuk memperbarui sistem deteksi dini penipu dan respons cepat terhadap laporan pelanggaran. Larangan penjualan gadget atau barang berisiko tinggi lainnya perlu dievaluasi secara berkala. Berikan edukasi tentang praktik belanja online yang aman, cara mengidentifikasi

penawaran yang terlalu bagus untuk menjadi kenyataan, atau cara memanfaatkan fitur platform secara maksimal.