

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan.**

Dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian pada skripsi ini yang berfokus pada analisis perilaku preferensi konsumen dalam kegiatan jasa titip barang dan merchandise Thailand di media sosial terhadap pasar Indonesia pada periode tahun 2019-2022. Terdapat beberapa temuan dari penelitian ini yang menghasilkan sejumlah kesimpulan yang dapat memperluas wawasan pemahaman dan penerapan strategi bisnis internasional dalam hubungan internasional. Pertama, penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku preferensi konsumen berperan penting dalam mempengaruhi kegiatan jasa titip barang dan merchandise Thailand di pasar Indonesia. Dimana konsumen tidak hanya mempertimbangkan aspek harga dan kualitas produk, namun juga memprioritaskan nilai-nilai keunikan produk, inovasi produk, dan daya tarik produk yang dimiliki barang dan *merchandise* Thailand.

Kedua, perilaku preferensi konsumen pada kegiatan jasa titip barang dan merchandise Thailand di media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap pasar Indonesia. Melalui media sosial, konsumen Indonesia dapat dengan mudah mengakses informasi tentang produk Thailand, berbagi pengalaman, dan memengaruhi keputusan pembelian mereka sendiri serta orang lain. Fenomena ini menciptakan lingkungan yang dinamis di mana produk Thailand menjadi lebih dikenal, diminati, dan bahkan menjadi tren di pasar Indonesia. Media sosial memiliki peran sentral dalam membentuk dan mengarahkan perilaku konsumen terkait kegiatan jasa titip barang dan merchandise dari Thailand. Keterlibatan aktif konsumen di media sosial seperti Instagram, TikTok, X, Line, dan media sosial lainnya, memberikan peluang besar bagi penyedia layanan jasa titip barang dan merchandise Thailand untuk membangun kedekatan dan relasi dengan customer-kustomernya, meningkatkan visibilitas produk, dan juga merespons langsung terhadap umpan balik dan perilaku preferensi konsumen.

Dampak positif yang terlihat adalah peningkatan popularitas dan permintaan terhadap produk Thailand, yang dapat meningkatkan volume perdagangan antara kedua negara. Informasi yang tersebar luas di media sosial juga membantu konsumen Indonesia untuk lebih memahami kualitas, harga, dan keunikan produk Thailand, sehingga meningkatkan kepercayaan dan minat terhadap produk tersebut.

Ketiga, adanya pengaruh budaya Thailand termasuk nilai-nilai, tradisi, dan trend yang berkembang menjadi faktor-faktor penting yang membentuk preferensi konsumen di pasar Indonesia. Sehingga penyedia layanan jasa titip barang dan merchandise Thailand harus memahami dengan mendalam elemen-elemen budaya ini untuk lebih menarik kostumer di Indonesia juga memberikan layanan yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Pengaruh budaya Thailand ini juga disebabkan oleh adanya faktor eksternal berupa globalisasi, perkembangan teknologi, dan perubahan gaya hidup yang mempengaruhi perilaku preferensi konsumen.

Keempat, penelitian ini memberikan landasan bagi pengembangan usaha jasa titip barang dan *merchandise* Thailand dalam hal strategi pemasaran yang lebih matang dan terfokus pada kepuasan kustomer. Dimana melibatkan kustomer secara aktif di media sosial yang memberikan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif menjadi nilai tambah yang meningkatkan daya saing diantara penyedia layanan jasa titip barang dan merchandise Thailand di pasar Indonesia.

Kelima, regulasi merupakan salah satu instrumen pemerintah yang berperan penting dalam mengatur dan mengawasi kegiatan perdagangan lintas batas antara Indonesia dan Thailand. Regulasi tersebut mencakup berbagai aspek, seperti peraturan perdagangan internasional, kepabeanan, pajak, dan perlindungan konsumen, yang dirancang untuk menjaga keseimbangan dan keadilan dalam perdagangan serta melindungi kepentingan konsumen. Dari analisis terhadap regulasi yang ada, terlihat bahwa pemerintah Indonesia telah berupaya untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan dan perkembangan jasa titip barang dan merchandise Thailand. Namun, terdapat beberapa tantangan yang

dihadapi, seperti kompleksitas regulasi, ketidakpastian kebijakan, dan kesenjangan antara regulasi dan praktik lapangan.

Dengan demikian, penggunaan teori intra-industri, konsep preferensi konsumen, dan konsep globalisasi memiliki benang merah dalam memberikan pemahaman yang mendalam tentang dampak jasa titip barang dan merchandise Thailand terhadap pasar Indonesia, yang melibatkan interaksi yang kompleks antara faktor-faktor ekonomi, perilaku konsumen, dan dinamika pasar global. Dengan memahami hal ini, penyedia layanan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan, sementara pemerintah dapat merumuskan kebijakan yang mendukung pertumbuhan industri jasa titip dengan memperhatikan dinamika pasar internasional yang terus berubah.

Sehingga penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara perilaku preferensi konsumen, kegiatan jasa titip barang dan merchandise Thailand, dan media sosial di pasar Indonesia. Melainkan juga memberikan pandangan mendalam yang dapat membantu penyedia layanan jasa barang dan merchandise Thailand dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif, adaptif, dan berkelanjutan.

