

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi *Marketing Public Relations* dalam mempromosikan Koperasi Namastra Cabang Pandu Raya di masa pandemi *Covid-19*, Maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi *Marketing Public Relations* Koperasi Namastra

Koperasi Namastra menggunakan *three ways strategy* (*pull strategy*, *push strategy*, *pass strategy*) dalam mempromosikan Koperasi Namastra di masa pandemi *Covid-19*, sebagai berikut:

- a. *Pull strategy* yang dilakukan untuk menarik perhatian yaitu dengan publikasi mengenai informasi dan produk Koperasi Namastra, Koperasi Namastra juga aktif melakukan pemasaran melalui instagram, facebook, dan website.
- b. *Push strategy* yang dilakukan untuk mendorong kegiatan promosi yaitu dengan melakukan kerjasama dengan Media Cetak untuk meliput event yang dilakukan Koperasi Namastra, selain itu juga Koperasi Namastra aktif melakukan kegiatan sosialisasi menabung kepada ibu-ibu muda secara langsung, dan juga mengadakan event tahunan yaitu Rapat Anggota Tahunan.
- c. *Pass strategy* yang dilakukan untuk mempengaruhi dan menciptakan

opini yaitu dengan melakukan *sponsorship* dan melakukan kegiatan-kegiatan sosial seperti Kegiatan Namastra Peduli yang dilakukan Koperasi Namastra. Tujuannya untuk menunjukkan eksistensi bahwa Koperasi Namastra ada dan mau membantu saudara-saudara yang membutuhkan.

2. Peluang yang dihadapi *Marketing Public Relations* Koperasi Namastra dalam melakukan promosi yaitu Semakin meningkatnya penggunaan gadget untuk mencari informasi, Kesadaran konsumen untuk berbagi informasi, dan juga semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat di masa pandemi Covid-19 dalam mencari produk simpanan dan pinjaman.
3. Hambatan yang dihadapi *Marketing Public Relations* Koperasi Namastra dalam melakukan promosi yaitu faktor kondisi pandemi *Covid-19* yang membuat beberapa rencana kegiatan offline dibatalkan, dan kurangnya komunikasi juga kinerja yang baik antar tim yang diakibatkan adanya karyawan yang dirumahkan.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan terkait dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Sebaiknya sebulan sekali team humas pemasaran melakukan training kembali untuk penyegaran produk dan juga membuat strategi atau program baru agar mereka lebih menguasai apa yang akan dilakukan dilapangan.
2. Humas atau public relation harus lebih agresif lagi dalam melakukan *strategi marketing pull, push and pass* mungkin bisa diatur jadwal dengan team marketing untuk melakukan pemasaran secara bersama-sama.
3. Lebih intens lagi melakukan pemasaran melalui media-media social karena saat ini masyarakat sudah era digital semuanya sehingga akan sangat lebih cepat dikenal apabila pemasaran melalui media social lebih ditingkatkan.