

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian Strategi *Marketing Public Relations*, adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

##### 1. Strategi *Pull*

Toko Kopi Bahagia menerapkan strategi pull dengan memanfaatkan media promosi yang digunakan, dimana pada media tersebut aktif dalam mempromosikan serta mempublikasikan produk, informasi-informasi produk contohnya seperti diskon yang dikemas dalam bentuk konten yang menarik. Pada Instagram Toko Kopi Bahagia juga melakukan jasa promosi seperti Instagram Ads hingga melakukan *endorsement*. Promosi lain dilakukan melalui media cetak yang menampilkan promo atau diskon terbaru dengan tampilan yang dapat menarik calon konsumen maupun konsumen saat melihatnya.

##### 2. Strategi *Push*

Dalam menerapkan strategi *push*, Toko Kopi Bahagia memilih media sosial khususnya Instagram dan media cetak khususnya brosur untuk mempromosikan dan memperkenalkan produk secara langsung. Pada Instagram Toko Kopi Bahagia juga aktif dalam membalas pesan dari konsumen atau calon konsumen dengan tujuan dapat membangun interaksi yang baik, seperti contoh lain yaitu membuat *snagram* yang mengajak pengikut Instagram untuk membalas atau menggunakan fitur *question box*. Instagram Toko Kopi Bahagia juga kerap me-*repost* postingan ketika di-*tag* oleh

konsumen setelah melakukan pembelian produk. Brosur yang digunakan memuat informasi-informasi terkait diskon, sosial media, alamat, menu, dan hastag “Ngopi Dulu Biar Bahagia”. Pada strategi ini, berupaya agar dapat mendorong atau merangsang dalam meningkatkan minat beli. Menggunakan brosur dapat meminimalisir waktu untuk menjelaskan produk, namun apabila calon konsumen ingin bertanya terkait produk maka dapat dijawab langsung sekaligus membangun interaksi terhadap calon konsumen.

### 3. Strategi *Pass*

Pada penerapan strategi *pass*, dimana Toko Kopi Bahagia mencoba untuk berkontribusi pada suatu kegiatan sebagai *sponsorship* untuk mendapatkan citra positif dan membangun hubungan serta relasi yang baik. dampak kegiatan ini untuk Toko Kopi Bahagia adalah peningkatan minat beli pada acara tersebut, promosi secara langsung kepada masyarakat luas, hingga tawaran kerja sama dari beberapa pihak setelah kegiatan tersebut berlangsung.

### 4. Hambatan

Dalam menjalani *marketing public relations*, Toko Kopi Bahagia mengalami hambatan dalam pembuatan konten untuk media sosial. Hambatan tersebut terjadi pada tim sosial media berupa kesulitan mencari ide konten, ide desain yang menarik pada media cetak maupun media sosial.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang didapat dari penelitian ini yang mungkin akan berguna bagi Toko Kopi Bahagia yaitu, sebagai berikut :

1. Dalam memilih media sosial untuk publikasi dan promosi produk sebaiknya tidak hanya menggunakan Instagram, namun juga menggunakan media sosial lain yang saat ini sedang ramai

digunakan, agar jangkauan promosi menjadi lebih luas dari sebelumnya. Lalu alangkah baiknya apabila melakukan posting Instagram dengan terjadwal agar lebih jelas dan lebih fokus dalam membuat konten yang menarik dan berbeda dengan yang lain.

2. Melakukan kegiatan sosial yang melibatkan warga sekitar, keterkaitan masyarakat sekitar dengan kegiatan sosial yang diadakan Toko Kopi Bahagia tentu diharapkan dapat menumbuhkan citra positif sehingga dapat semakin meningkatkan *brand* Toko Kopi Bahagia.