

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi *Marketing Public Relations* dalam mempromosikan Koperasi Sejati Mulia pasca pandemi *Covid-19*, Maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Koperasi Sejati Mulia menggunakan *three ways strategy* (*pull strategy, push strategy, pass strategy*) dalam mempromosikan Koperasi Sejati Mulia pasca pandemi *Covid-19*, sebagai berikut:

1. *Pull strategy* yang dilakukan untuk menarik perhatian yaitu dengan publikasi mengenai informasi dan produk Koperasi Sejati Mulia, Koperasi Sejati Mulia juga aktif melakukan pemasaran melalui instagram, facebook, brosur dan cashback.
2. *Push strategy* yang dilakukan untuk mendorong kegiatan promosi yaitu dengan melakukan sosialisasi yang dilakukan oleh para anggota Koperasi Sejati Mulia, selain itu juga Koperasi Sejati Mulia aktif melakukan rapat anggota tahunan yang dihadiri oleh dinas koperasi, para pengurus, para anggota dan juga para tamu undangan lainnya baik itu para relasi-relasi dan juga pengusaha yang tertarik bekerjasama dengan koperasi Sejati Mulia.
3. *Pass strategy* yang dilakukan untuk mempengaruhi dan menciptakan opini yaitu dengan melakukan *sponsorship* dan melakukan kegiatan-kegiatan sosial seperti Kegiatan Sejati Mulia Peduli yang dilakukan Koperasi Sejati

Mulia. Tujuannya untuk menunjukkan eksistensi bahwa Koperasi Sejati Mulia ada dan mau membantu saudara-saudara yang membutuhkan. Dan juga bekerja sama dengan media agar koperasi Sejati Mulia mendapatkan berita-berita di setiap kegiatannya.

B. Saran

Dari 3 *strategy* yang digunakan oleh Koperasi Sejati Mulia yaitu *Pull*, *Pass* dan *Push* terdapat saran yang harus lebih diimprove, yaitu *strategy pull*. adapun saran-saran yang dapat disampaikan terkait dengan *strategy pull* ini, yaitu sebagai berikut:

1. Lebih intens lagi melakukan pemasaran melalui media social, bukan hanya aktif di facebook saja. Karena saat ini sudah era digital sehingga akan lebih cepat dikenal koperasi Sejati Mulia apabila pemasaran melalui media social lebih ditingkatkan. Dan juga website dari koperasi Sejati Mulia di aktifkan kembali.
2. Untuk promosi melalui publikasi seperti brosur agar bisa di buat lebih menarik lagi dari segi desainnya agar bisa dapat menambah anggota baru