

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan diatas maka penulis dapat memberikan kesimpulan yang merupakan jawaban dari penelitian ini sebagai berikut dalam upaya:

1) Push Strategy

Dalam upaya mendorong berhasilnya strategi pemasaran, ada beberapa hal yang dilakukan oleh Marketing Public Relations Senayan Golf Club yaitu mempublikasikan brand Senayan Golf Club dengan memanfaatkan media sosial, media cetak, media online dalam membangun Brand Awareness. Senayan Golf Club juga memberikan banyak promo menarik di hari-hari tertentu terutama bagi para member akan lebih banyak mendapatkan keuntungan, serta melakukan iklan baik di media cetak ataupun menggunakan umbul-umbul. *Night golf* juga termasuk ke salah satu *Push Strategy* yang dijalankan oleh Senayan Golf Club karena *night golf* dapat membangun *Brand Awareness* secara efektif. Berdasarkan penelitian tidak banyak lapangan golf di seluruh dunia yang menyediakan *night golf*. Dan hal ini juga yang membedakan Senayan Golf Club dengan para kompetitornya serta dapat mendorong pemasaran.

2) Pull Strategy

Pull Strategy yang dilakukan untuk menarik perhatian publik oleh marketing Public Relations Senayan Golf Club adalah dengan pendekatan persuasif dan edukatif. Disini *Public Relations* berusaha menarik perhatian public melalui media sosial yang sudah direncanakan sedemikian rupa dengan aktif membuat konten-konten edukasi maupun video-video tutorial yang menarik dan relate bagi pecinta Golf. Senayan Golf Club membuat perencanaan konten yang kuat dengan fokusnya membuat konten yang menarik serta informatif agar bisa lebih menarik

perhatian publik dan memudahkan publik dalam mendapatkan informasi serta mengingat lebih baik *brand* Senayan Golf Club.

3) Pass Strategy

Kekuatan Public Relations dalam mempengaruhi opini public guna membangun *Brand Awareness* dari Senayan Golf Club dilakukan dengan cara membangun citra yang baik dapat dilakukan dengan basic simple seperti pelayanan yang ramah, fasilitas yang menunjang dan terawat, SDM serta pengelolaan yang professional. Marketing Public Relations juga menjalin kerja sama seperti Sponsorship dengan pihak-pihak yang sejalan dan relate dengan golf. Selain itu Senayan Golf Club juga sudah banyak membuat event dan tournament dengan tujuan meningkatkan *awareness* publik tentang Brand Senayan Golf Club.

4) Faktor-faktor Penghambat dalam Membangun Brand Awareness

Faktor-faktor penghambat yang mempengaruhi berjalannya strategi salah satunya adalah persaingan yang ketat karena banyaknya tempat-tempat Golf yang bermunculan. Lalu bisa juga karena perubahan ekonomi yang mungkin terjadi akan berdampak bagi industri Golf kedepannya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut penulis akan menuliskan saran yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Memaksimalkan lagi *Pull Strategy* dengan membuat website resmi Senayan Golf Club agar memudahkan konsumen untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai Senayan Golf Club.
- 2) Mempublikasikan lebih banyak release terkait kegiatan-kegiatan atau event yang akan dilaksanakan di Senayan Golf Club.
- 3) Mengundang petinggi-petinggi negara saat diadakan tournament atau event agar semakin meningkatnya citra positif Senayan Golf Club.