

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan terhadap *Sallo Coffee* yang mana fokus penelitian kali ini yaitu Strategi *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, peneliti dapat mengambil konklusi bahwa *Sallo Coffee* pada masa pandemi *covid-19* ini menjadi tantangan tersendiri bagi *Sallo Coffee* untuk menerapkan strategi MPR. Pasalnya, untuk penerapan strategi MPR sepenuhnya tidak memungkinkan karena terbentur dengan aturan atau regulasi dari pemerintah mengenai protokol kesehatan. Menurut Argus Hermawan (2012:33) metode *marketing* klasik seperti 4P juga berlaku untuk pemasaran melalui Internet digital, meskipun ada banyak pekerjaan yang harus dilakukan dalam pemasaran online cara lain yang sulit dicapai di luar dunia maya.

Untuk menjaga hubungan dengan para pelanggan, seperti pendapat dari Argus Hermawan di atas mengenai metode *marketing* 4P *Sallo Coffee* juga mengoptimalkan penggunaan media sosial terutama *Instagram* untuk melakukan promosi penjualan untuk memberi informasi produk kepada para pelanggan. Situasi pandemi memaksa hampir semua aktifitas dilakukan dalam jaringan atau *online* sehingga membuat *sallo coffee* lebih menggunakan media sosial untuk penerapan strategi serta mempertahankan loyalitas pelanggan. Dalam riset kali ini, peneliti melihat temuan di lapangan berupa ada beberapa pelanggan yang masuk ke dalam kategori Loyalitas Premium dengan bangga mengkonsumsi produk *Sallo Coffee* dengan bentuk

mengunggah produk *Sallo Coffee* untuk disebarakan di media sosial mereka yaitu melalui *Instagram*.

Dalam memperkuat strategi yang diterapkan *Sallo Coffee*, mereka sudah melakukan kegiatan MPR sesuai dari 7 konsep dari Philip Kotler yang disebut dengan *PENCILS*, dalam menerapkan *PENCILS* ini terbukti bahwa loyalitas pelanggan *Sallo Coffee* tetap bertahan. Setelah itu, dalam strategi *pull Sallo Coffee* mencoba berusaha berbuat maksimal dalam *customer relations*. Dari hasil temuan lapangan, walaupun penerapan strategi MPR terbatas dikarenakan situasi pandemi *COVID-19*, *Sallo Coffee* cukup berhasil dalam mempertahankan loyalitas pelanggan mereka terutama *dine in*. Dapat dilihat dari perkembangan pelanggan yang berkunjung ke kedai kopi tersebut walaupun pembatasan dilakukan tetapi tetap ramai pengunjung dan dikala memasuki akhir pekan pelanggan semakin ramai. Seperti wawancara yang peneliti lakukan, semua pelanggan memberi jawaban yang hampir sama terkait dengan kunjungan mereka ke *Sallo Coffee* yaitu mereka pada masa pandemi berulang kali mengunjungi *Sallo Coffee*.

5.2 Saran

Penelitian yang penulis teliti lebih fokus kepada strategi *marketing public relations Sallo Coffee* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di masa pandemi. Oleh karena itu, penulis akan memberikan beberapa saran sebagai berikut :

- a. Bagi para peneliti baru terutama mahasiswa yang mempunyai minat ingin melanjutkan atau mendalami konsep penelitian *marketing public relations*, namun disarankan melihat dari aspek yang lain seperti efektifitas penerapan

Muhammad Sulthan Alkautsar, 2021

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS KEDAI KOPI SALLO DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DI MASA PANDEMI

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

strategi MPR dalam menghadapi ketatnya persaingan *coffee shop*, atau penerapan strategi MPR dalam memasarkan produk kopi.

- b. Peneliti menyarankan kepada *Sallo Coffee* dan kedai kopi yang lain harus lebih mengoptimalkan lagi media digital, seperti media sosial, internet, dan platform-platform lainnya karena digital saat ini adalah peluang besar untuk melakukan kegiatan pemasaran.
- c. Penggunaan *social media Instagram* serta *digital platform* lainnya adalah tempat untuk berinovasi lebih di masa pandemi seperti ini, buatlah konten yang menarik dengan konsep yang dapat menarik perhatian calon pelanggan serta diperlukan konsistensi untuk terus membuat konsep konten yang menarik di media sosial.