BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumya, mengenai strategi *marketing public relations* yang digunakan Twin Tulipware dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya, kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. *Pull Strategy*

   Pull Strategy yang dilakukan oleh Twin Tulipware dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dapat dilihat dari kegiatan publikasi dengan cara penjualan secara *Door to Door*, seperti mendatangi setiap perumahan untuk melakukan demo dari Rt ke Rt dan mempromosikan produk Tulipware seperti keunggulan serta promo yang diberikan oleh Twin Tulipware. Lalu publikasi dengan menggunakan media cetak seperti brosur, *flyer*, katalog dan melalui media digital seperti Instagram, Facebook, Web, Youtube dan lain-lain.

2. *Push Strategy*

   Push Strategy yang dilakukan Twin Tulipware dalam proses rangkaian acara yang diadakan untuk tetap menjaga loyalitas pelanggan seperti *gathering* yang rutin diadakan setiap bulannya. Serta penawaran berbagai macam promo yang rutin diadakan setiap tahunnya.

3. *Pass Strategy*

   Pass Strategy yang dilakukan Twin Tulipware dapat dilihat dari program kontribusi sosial yang dikenal dengan nama Tulip Peduli. Dalam rangka pemberdayaan masyarakat dan sebagai rasa kepedulian Twin Tulipware. Tulip Peduli berfokus pada tiga aspek yaitu, pendidikan, kesehatan dan lingkungan. Seperti kegiatan donor darah, melakukan edukasi terkait peduli lingkungan, serta mendukung kebijakan pemerintah untuk mengurangi pemakaian sampah plastik sekali pakai. Twin Tulipware memiliki

4. Analisis SWOT mengenai strategi *marketing public relations* yang telah dilakukan oleh Twin Tulipware dapat disimpulkan bahwa, kekuatan terletak pada promosi penjualan yang diadakan oleh Tulipware disetiap tahunnya yaitu

Strategi Marketing.., Sari Youliati Wahyu Subagyo, Fakultas Komunikasi, 2022

promo tukar tambah *trade in*. Lalu, kelemahan strategi tersebut adalah masih kurangnya publikasi yang dilakukan oleh Twin Tulipware, hal tersebut disebabkan karena belum adanya kerjasama dengan media formal untuk membantu mempublikasikan keberadaan Twin Tulipware. Terlepas dari kelemahan tersebut, Twin Tulipware memiliki peluang yang cukup kuat untuk prospek dimasa depan keberlangsungan Twin Tulipware, yaitu kebijakan pemerintah yang mendukung perusahaan dengan menghimbau warganya untuk mengurangi pemakaian plastik sekali pakai. Adapun ancaman yang masih menjadi gangguan bagi Twin Tulipware adalah persaingan terhadap produk plastik yang ada di pasar dan dijual dengan harga yang jauh lebih murah dari harga Tulipware.

5.2 Saran

Penelitian ini lebih membahas kepada strategi *marketing public* relations Twin Tulipware dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peneliti akan memberikan saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Dari proses penelitian dan hasil observasi yang dilakukan, peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya diarahkan untuk lebih mengarah kepada efektifitas dari strategi *marketing public relations*, yang bisa dikaji dengan menggunakan metode kuantitatif untuk lebih mengatahui efektifitas strategi *marketing public relations* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

5.2.2 Saran Praktis

1. Melihat strategi *marketing public relations* yang digunakan Twin Tulipware yang sudah cukup baik, peneliti menyarankan akan lebih baik jika cangkupannya di pertingkatkan. Khususnya dalam mempublikasikan produk melalui media konvensional, media cetak atau dengan melakukan *endorsement* agar Twin Tulipware lebih dikenal luas oleh masyarakat. Serta disarankan untuk berperan sebagai *sponsorship* dalam kegiatan sosial yang positif.

Strategi Marketing.., Sari Youliati Wahyu Subagyo, Fakultas Komunikasi, 2022

2. Peneliti mengharapkan Twin Tulipware dapat mempelajari lebih dalam lagi mengenai hubungan *marketing public relations* dengan *endorser* dalam meningkatkan *target market,* sehingga dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.
3. Diharapkan Twin Tulipware dapat terus mempertahankan semua yang menjadi tanggung jawab dalam menjalankan usahanya serta selalu memegang teguh visi misi yang akan dicapai kedepannya terutama terkait dengan kepuasan pelanggannya.

Strategi Marketing.., Sari Youliati Wahyu Subagyo, Fakultas Komunikasi, 2022