

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada kesimpulan bab lima ini, Peneliti mengambil kesimpulan dari hasil Penelitian tentang strategi *marketing public relations* Urbanasia dalam mempertahankan loyalitas *customer*, Urbanasia menggunakan strategi *push*, strategi *pull*, dan strategi *pass* untuk menerapkan strategi *marketing public relations* dalam proses memasarkan jasa *marketing agency* sebagai berikut:

- a. **Strategy Push** Urbanasia dalam melakukan *personal selling* kepada klien, cara yang dilakukan sangat agresif untuk mempromosikan jasanya. Dengan melalui *approach*, *pitching*, dan komunikasi interpersonal kepada calon klien, dalam prosesnya Urbanasia berusaha memahami segala kebutuhan dan permasalahan yang terjadi pada calon klien. Dalam proses menawarkan jasanya, Urbanasia memberikan *credential* dan *urbanasia playbook*, Tentu dalam strategi MPR promosi pada penjualannya, Urbanasia mampu mendapatkan calon klien baru yang potensial dan calon klien yang loyal
- b. **Strategy pull** Urbanasia melakukan strategi pemasaran dengan memanfaatkan media online untuk mempromosikan jasa *marketing agency*nya, seperti email, linkedin, dan whatsapp, serta berkolaborasi dengan berbagai media lokal di Indonesia untuk menarik dan

meningkatkan inovasi dalam penjualan yang dapat memberikan keuntungan, serta mempertahankan loyalitas *customer*.

- c. **Strategy pass** Urbanasia berupaya mempengaruhi opini publik yang positif bagi perusahaan, dengan mengedepankan pelayanan (*service*) yang sangat baik untuk klien. Dan dengan melakukan *project-project* serta *event* yang dilaksanakan oleh Urbanasia berhasil menunjukkan eksistensi kepada masyarakat Indonesia dan klien, tentu dengan strategi ini sangat membantu Urbanasia sebagai upaya mempertahankan loyalitas *customer*.

Faktor – faktor yang Urbanasia dapat lakukan untuk mempertahankan loyalitas *customer* adalah sebagai berikut:

- a. **Unique Selling Point** yang digunakan oleh Urbanasia. Membuat Urbanasia menawarkan keunggulan yang tidak ditawarkan oleh perusahaan lain seperti, Urbanasia memposisikan diri sebagai konsumen, sehingga menciptakan kenyamanan bagi klien, Urbanasia juga berusaha mengetahui perilaku, dan motivasi yang dihadapi oleh klien, dan Urbanasia berusaha memperhatikan permasalahan yang dihadapi oleh klien.
- b. **Uninque Value Propotition** yang digtawarkan Urbanasia sehingga mampu mempertahankan loyaltas antara lain adalah:
 - **Newness** atau kebaruan, yaitu Urbanasia menawarkan hal-hal baru atau inovasi baru yang belum pernah ditawarkan oleh perusahaan jasa agency kompetitor lainnya.

- *Performance* atau kinerja Urbanasia, berusaha selalu menjaga kualitas dan kuantitas kinerja untuk klien
- *Customization*, Urbanasia selalu berusaha menyesuaikan layanan sesuai dengan kebutuhan klien
- *Geeting the job done*, Urbanasia selalu memberikan hasil kerja yang cepat dan tepat waktu.
- *Product design*, memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan dan selera pasar.

Dari faktor-faktor ini, upaya urbanasia untuk mempertahankan loyalitas *customer*, terbukti berhasil dan menaikkan data klien sampai tahun 2022.

5.2 Saran

Berdasarkan data dan hasil Penelitian yang diperoleh, maka ada beberapa saran yang Peneliti dapat berikan sebagai bahan pertimbangan kepada perusahaan Urbanasia dan kepada mahasiswa yang ingin memperdalam atau melanjutkan Penelitian tentang strategi *marketing public relations* Urbanasia.

1. Sebagai salah satu penyedia jasa marketing agency di Jakarta, *Marketing public relations* Urbanasia harus meningkatkan strateginya kepada konsumennya, agar bisa mengalahkan kompetitor perusahaan jasa lain.
2. Dalam mempromosikan jasa marketing agency, Urbanasia diharapkan dapat menggunakan iklan atau ads seperti *SEO Search Engine Optimization* dan *SEM Search Engine Marketing*. Agar bisa mendatangkan banyak calon klien melalui media online.

Urbanasia lebih memaksimalkan tahap *Action and Communications* yaitu meningkatkan dan memperbaiki program-programnya, seperti bekerjasama dengan media kreatif lain, dan bekerjasama dengan klien dalam strategi MPR untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan menarik para calon pelanggan.

