

BAB V

V.I Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari “ Strategi Marketing Public Relation Sucre By Sheila Pada Peningkatan Jumlah Konsumen” yang dilakukan pada pihak Sucre By Sheila, maka peneliti memiliki kesimpulan sebagai berikut :

- Pada *Publicasi* yang sudah dilakukan oleh sucre by Sheila, dapat diketahui bahwa *publicasi* yang dilakukan sepenuhnya menggunakan media sosial, dengan melakukan post reel, story ataupun feed di setiap minggunya pada setiap akun media sosialnya, memang melakukan publikasi dengan mempost foto dan reels vedio di Instagram dan juga tiktok sangat berpengaruh besar bagi meningkatkan konsumen selain itu informasi yang ingin disampaikan lebih efektif di bandingkan dengan media lain seperti media cetak. jika dilihat dari usahanya maka Sucre by Sheila sudah melakukan *publicasi* dengan cukup berhasil.
- Pada *Identity Media* sucre by Sheila masih terlalu minim untuk memperkenalkan identity medianya hanya berdasarkan logo dan kartu nama perusahaan saja, hal ini membuat sucre tidak terlalu berpengaruh besar pada peningkatan jumlah konsumennya.

- Pada kegiatan *Event* sucre by Sheila memang sudah melakukan strategi tersebut tetapi dilakukan pada saat sebelum pandemic covid – 19, akan tetapi sucre belum berkontribusi kembali setelah pandemi, padahal sudah banyak sekali event event yang dilakukan saat ini. Selain event yang menjadi daya Tarik bagi sucre ketika melakukan acara gathering, pada acara gathering ini inilah yang membantu peluang bagi sucre by Sheila untuk meningkatkan jumlah konsumen seperti hasil penelitian yang didapat.
- Pada strategi *Speeches* pihak sucre by Sheila memang tidak melakukan hal tersebut, dikarenakan memang Ibu Sheila menolak melakukan Konferensi Pers. Akan tetapi melakukan kerja sama dengan sebuah brand ternama, hal ini membuat sucre menjadi lebih dikenal banyak masyarakat yang dapat membantu meningkatkan jumlah konsumennya.
- Strategi *public service activities* atau kegiatan sosial yang dilakukan Sucre by Sheila, terutama dengan masyarakat terdekat. sehingga kegiatan ini sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar dan juga sebagai upaya menciptakan citra positif dengan masyarakat, dapat mendukung kegiatan pemasaran kehumasan, namun pekerjaan ini tidak hanya harus merambah ke lingkungan sekitar.
- Strategi *Sponsorship* pada pemberian sponsorship yang sudah diberikan kepada Restaurant dan pada brand COACH memberikan peningkatan pada jumlah konsumen sucre, yang mana pada saat pemberian sponsorship

perusahaan perusahaan yang di berikan sponsor melakukan promosi produk dengan sukses.

Berdasarkan hasil penelitian kegiatan marketing public relations yang dilakukan oleh sucre by Sheila dalam meningkatkan jumlah konsumennya berhasil meningkatkan jumlah konsumen, khususnya di bidang publikasi, dan sponsorship diketahui dari hasil wawancara tidak sedikit konsumen yang merasa mendapat rekomendasi dari hasil pemberin sponsorship kepada beberapa perusahaan.

V.II Saran

Terkait dalam Strategi Marketing Public Relation yang dilakukan oleh Sucre By Sheila masih banyak hal yang perlu diperbaiki dan dikembangkan dari strategi Marketing Public Relation yang Sucre By Sheila lakukan. Dalam *Publicasi* perlunya penambahan publikasi melalui *Endorsement* yang mana pada kegiatan hal tersebut akan sangat cepat untuk meningkatkan jumlah konsumen. Terlebih lagi melakukan *Endorsement* dengan *public figure* ternama. Sucre by Sheila juga perlu melakukan *Speeches* dihadapan media, bisa membicarakan tentang keunggulan dari prodak yang dimiliki dan juga bisa membicarakan bahwasannya produk yang mereka miliki tidak kalah jauh dari pesaing pesaing lain dari kegiatan *Speeches* maka akan sekaligus dapat mealakukan *News* karna pastinya dari kegiatan *Speeches* akan terkait dengan berita yang naik kemedi. Dan selanjutnya untuk kegiatan *Public service Activites* kedepannya nanti sucre by Sheila harus memperluas

sasaran bukan hanya kepada masyarakat sekitar saja, tetapi juga di luar lingkup Sucre by Sheila. Dan akan lebih baik lagi jika sucre by Sheila melakukan sebuah *collaborasi* dengan beberapa perusahaan yang sedang naik daun, dengan begitu maka target untuk meningkatkan jumlah konsumennya lebih tinggi lagi.

Diharapkan Strategi Marketing Public Relation selanjutnya dapat ditekan untuk menyesuaikan dan mencapai tujuan awal Sucre by Sheila yaitu meningkatkan jumlah konsumen. Harapannya untuk Strategi Marketing Public Relation selanjutnya dapat berjalan lebih baik lagi, bisa meluas target sasarannya sehingga para konsumen diberbagai kota maupun negara bisa tertarik untuk mencoba produk dari sucre by Sheila.

