

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada akhir penelitian ini berdasarkan hasil dari analisa yang telah dilakukan dalam penelitian ini baik observasi serta wawancara mendalam dengan pihak terkait, maka penulis menarik kesimpulan bahwa

Public Relations (PR) memainkan peran yang efektif dalam membantu pengenalan merek kepada khalayak. Apalagi dalam konteks perusahaan yang telah mapan atau pun yang baru didirikan, *Public Relation* mampu membentuk persepsi positif di mata pelanggan, membina kepercayaan, dan mendukung upaya memperluas jaringan pelanggan. Dalam keseluruhan strategi komunikasi pemasaran, unsur bauran emasaran 9P yang meliputi *product, price, place, promotion, process, people, physical evidence, payment, dan packaging* terbukti saling mendukung untuk menciptakan citra positif yang memikat bagi para konsumen.

Dengan menggunakan strategi public relations yang dilakukan oleh Kopi Kelana untuk meningkatkan dan menekan promosi seperti penurunan harga, membuat konten yang menarik atau menyebarkan promosi tersebut melalui media sosial, serta mempermudah pelanggan untuk melakukan pemesanan, kedai kopi kelana akan semakin berkembang populer di Jakarta.

Keputusan bisnis yang dibuat oleh pemilik perusahaan tidak diragukan lagi merupakan keputusan yang paling penting. Hubungan masyarakat, di mana

itu didorong pada perusahaan atau perusahaan yang baru didirikan, adalah tempat *Key Informant* membantu kegiatan pemasaran.

Proses penggunaan media sosial sangat bermanfaat dan juga mendukung pelaksanaan kegiatan public relations. Sejak adanya media sosial, peneliti menemukan bahwa media sosial sangat efektif dalam menyampaikan pesan dan memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk yang dijual oleh perusahaan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan adanya iklan atau konten yang diproduksi oleh perusahaan melalui media sosial. Proses strategi public relations ini berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan perusahaan.



5.2 Saran

Karena Kopi Kelana merupakan kedai kopi yang baru dibuka pada tahun 2022, peneliti berharap Kopi Kelana selalu dapat memberikan informasi setiap saat dan meningkatkan kegiatan menarik seperti mengadakan acara *event* yang meriah, menawarkan diskon yang menarik, mengadakan permainan yang lebih sering kepada konsumen, atau bagi-bagi barang kepada *followers* Instagram Kopi Kelana guna menarik konsumen untuk mengunjunginya.

Kedai Kopi Kelana diharapkan semakin memperkuat penggunaan digital marketing untuk memasarkan dan mempromosikan produknya. Dalam hal ini juga perlu diperhatikan konsistensi dan kemutakhiran penggunaan media sosial serta pembuatan konten yang kreatif dan menarik sehingga dapat meningkatkan hubungan dengan konsumen dan engagement di media sosial. Diharapkan *Coffee Shop* mampu melakukan pelatihan keterampilan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya khususnya di bidang IT sehingga dapat memanfaatkan teknologi yang ada untuk pengembangan usaha secara maksimal.

Kopi Kelana harus selalu berinisiatif dalam pemasaran dan periklanan menggunakan media sosial agar kedai kopi dapat beroperasi lebih efektif di masa depan, Sosial media memerlukan desain yang rapih untuk menarik konsumen dan pemahaman yang mendalam tentang profile atau penjualan produk pada perusahaan.