

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti bahas mengenai **“Strategi Marketing Public Relations PT Veritra Sentosa Internasional Bandung Dalam Membangun *Brand Image* Pada Aplikasi Paytren Di Kalangan Konsumen”**, maka peneliti dapat membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. *Pull Strategy*

Strategi yang dilakukan oleh PT Veritra Sentosa Internasional guna menarik perhatian publik yaitu melalui penggunaan logo dan *brand* yang menarik, karena memudahkan konsumen untuk mengingat dan berperan sangat penting dalam pengambilan keputusan saat konsumen menggunakan aplikasi Paytren. Selanjutnya adanya *value product* pada aplikasi Paytren yang lebih mengutamakan kepada keunggulan, benefit dan kemudahan pada saat bertransaksi. Dari keunggulan yang terdapat pada aplikasi Paytren, PT Veritra Sentosa Internasional menggunakan *campaign* untuk membangun *brand image* agar dapat dikenal dan mudah diingat oleh banyak orang. *Campaign* yang dilakukan oleh PT Veritra Sentosa Internasional terbukti berhasil, karena setelah *campaign* dilakukan publik akan mengetahui produk yang tengah diluncurkan. *Campaign* sangat berperan penting dalam meningkatkan citra dari sebuah *brand* sehingga konsumen akan mengetahui dan

mengenali produk perusahaan. Langkah terakhir yang dilakukan dalam menarik perhatian adalah adanya sistem sedekah yang terdapat pada aplikasi Paytren yang memberikan kemudahan bagi para pengguna aplikasi untuk bersedekah secara online melalui saldo *e-money* atau dari hasil pada saat transaksi.

2. *Push Strategy*

Strategi yang dilakukan oleh PT Veritra Sentosa Internasional sebagai upaya mendorong pemasaran dan meningkatkan jumlah penjualan dilakukan dengan melalui beberapa cara yaitu mengadakan *event*, melakukan sosialisasi dan promosi. PT Veritra Sentosa Internasional mengadakan *event*, sebagai sarana edukasi dan berkomunikasi tentang *value product* kepada konsumen yang menggunakan aplikasi Paytren. *Event* yang dilakukan adalah *event* tentang pengenalan produk, kemudahan, dan benefit dalam menggunakan aplikasi Paytren. Selain melakukan *event*, PT Veritra Sentosa Internasional juga kerap menyelenggarakan kegiatan sosialisasi yang bertujuan untuk membentuk dan membangun *brand image* bagi publik. Selanjutnya PT Veritra Sentosa Internasional melakukan promosi untuk mempromosikan produk nya, adalah menggunakan brosur, website dan media sosial untuk mendorong dalam hal pemasaran yang bersifat komunikatif, informasi dan memberikan stimulus atau dorongan untuk mempengaruhi konsumen dengan adanya *value add* atau *value product* pada aplikasi Paytren.

3. *Pass Strategy*

Strategi yang dilakukan oleh PT Veritra Sentosa Internasional dalam menciptakan opini publik yang menguntungkan dalam membangun *brand image* yaitu melalui empat taktik. Taktik pertama yang digunakan adalah dengan menggunakan peran *public figure*, karena dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen terhadap kualitas aplikasi Paytren. Taktik yang kedua yaitu melakukan kerjasama, PT Veritra Sentosa Internasional melakukan kerjasama dengan pihak ke tiga untuk menggunakan platform Paytren *e-money* sebagai alat transaksi. Taktik yang ketiga dengan adanya komunitas, PT Veritra Sentosa Internasional mengajak para mitra atau komunitas untuk bergabung dan berbisnis menggunakan aplikasi Paytren, dengan begitu komunitas dapat membentuk opini publik dan membangun kepercayaan publik mengenai informasi yang terdapat pada komunitas. Taktik terakhir yaitu kelengkapan legalitas dalam mendirikan perusahaan dan telah memiliki surat izin dari Bank Indonesia sebagai penyelenggara uang elektronik atau *e-money*.

5.2 Saran

Dalam penelitian yang dilakukan ini, peneliti harus mampu memberikan suatu masukan berupa saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Untuk PT Veritra Sentosa Internasional

Adapun saran-saran dari peneliti untuk PT Veritra Sentosa Internasional Bandung adalah sebagai berikut:

1. Memaksimalkan kembali penggunaan media sosial yang sudah dijalankan sebagai penyebaran informasi di era digital, dengan memberikan informasi yang mudah dipahami.
2. Perlu ditingkatkan kembali mengenai promosi melalui periklanan dengan menggunakan media massa atau media sosial untuk mencapai target pemasaran, sehingga dapat menjangkau target sasaran yang lebih luas dan semakin dikenal oleh khalayak.
3. Melakukan penjadwalan pada saat mem-*posting* terkait informasi yang akan diberikan melalui penggunaan media sosial dengan memperkuat konsep dan juga konten yang baik agar memberikan nilai tambahan bagi perusahaan.

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Adapun saran-saran bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memastikan masalah yang akan diteliti dapat dijangkau dan tidak memberatkan diri ketika melakukan penelitian ke lapangan.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mencari dan memahami permasalahan yang akan diteliti sesuai dengan ketertarikan

didalam bidangnya, dengan membaca berbagai referensi untuk membantu dan memudahkan dalam membuat penelitian.

3. Selalu berperilaku ramah, sopan dan santun kepada semua orang yang ada di tempat penelitian, sehingga dapat memudahkan proses penelitian tetap berjalan dengan baik.
4. Apabila hendak melakukan wawancara ataupun observasi dilapangan diharapkan untuk meminta izin dan kesediaan informan atau pihak yang bersangkutan terlebih dahulu agar tidak terjadinya hal yang tidak diinginkan pada saat kegiatan penelitian sedang berlangsung.
5. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk mempersiapkan serta memperhatikan kelengkapan administrasi pada saat melakukan penelitian dan untuk tidak mengerjakan penelitian ini dalam waktu yang mendesak.