

Perencanaan Strategi Komunikasi Marketing Public Relations dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Omah Ndelik = Marketing Public Relations Communication Strategy Planning in Improving Omah Ndelik's Customer Loyalty

Syahla Nurizma, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20518614&lokasi=lokal>

Abstrak

Pandemi COVID-19 yang terjadi beberapa tahun belakangan memiliki dampak besar pada perubahan gaya hidup masyarakat dan mendorong berbagai perubahan di berbagai sektor bisnis, seperti pada bisnis restoran dimana mereka harus melakukan perubahan dalam pola operasi yang mungkin belum pernah diterapkan sebelumnya. Omah Ndelik merupakan salah satunya, bisnis restoran yang menggunakan strategi tempat makan privat dengan sistem pelayanan sendiri (self-service) sehingga meminimalisir kontak dengan orang selain. Namun, strategi tempat makan privat ternyata juga telah banyak diterapkan oleh restoran lain karena kecenderungan masyarakat di era pandemi ini yang menyukai restoran dengan tempat makan privat sehingga kompetitor Omah Ndelik pun semakin meluas. Oleh karena itu, Omah Ndelik harus memiliki strategi untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada karena hal tersebut akan jauh lebih efektif dan efisien daripada harus mencari pelanggan baru (Sitepu, 2015). Dalam Tugas Karya Akhir ini dirancang suatu program marketing public relations untuk membantu Omah Ndelik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang berujung pada peningkatan loyalitas para pelanggan terhadap Omah Ndelik. Program ini bertajuk “Plant Your Well-Being with Omah Ndelik” dengan konsep utama mengajak serta mendorong pelanggan untuk bersama memupuk kesejahteraan yang dapat berujung pada kebahagiaan melalui kegiatan yang berdampak positif bagi pelanggan setiap kali datang ke Omah Ndelik. Target khalayak dari program ini berfokus pada masyarakat kelas menengah ke atas berumur 22-40 tahun di wilayah Jakarta Selatan sebagai targer primer dan Jabodetabek sebagai target sekunder yang menyukai melakukan kegiatan bersama orang terdekat, terbuka untuk mencoba atau melakukan sesuatu yang baru, memiliki ketertarikan dengan gaya hidup sehat, serta memiliki semangat untuk mengumpulkan sesuatu. Program “Plant Your Well-Being with Omah Ndelik” akan dilaksanakan selama tiga bulan (Juli - September 2022) dengan anggaran sebesar Rp20.507.000,00 yang terdiri dari beberapa kegiatan, antara lain aktivasi alamat surel dan newsletter, penguatan konten di Instagram, kegiatan microgreen, giveaway, reward stamp, referral codes, partnership dalam rangka donasi, serta penggunaan influencer marketing. Di akhir program, akan dilakukan evaluasi input, output, dan outcome untuk mengukur keberhasilan setiap kegiatan maupun program ini secara keseluruhan terhadap tujuan program yang telah ditentukan.

.....The COVID-19 pandemic that has occurred in recent years has had a major impact on changing people's lifestyles and prompted various changes in various business sectors, such as in the restaurant business where they have to make changes in operating patterns that may not have been implemented before. Omah Ndelik is one of them, a restaurant business that uses a private dining strategy with a self-service system to minimize contact with other people. However, the strategy of private dining places has also been widely applied by other restaurants due to the tendency of people in this pandemic era that prefer restaurants with private places to eat, so Omah Ndelik's competitors are also expanding. Therefore, Omah Ndelik must have a strategy to retain existing customers because it will be much more effective and efficient than having to

find new customers (Sitepu, 2015). In this Final Project, a marketing public relations program is designed to assist Omah Ndelik in increasing customer satisfaction which leads to an increasing number of Omah Ndelik's customer loyalty. This program is titled "Plant Your Well-Being with Omah Ndelik" with the main concept of inviting and encouraging customers to jointly cultivate prosperity that can lead to happiness through activities that have a positive impact on customers every time they come to Omah Ndelik. The target audience of this program focuses on the middle to upper-class people aged 22-40 years located in South Jakarta as the primary target and Jabodetabek as a secondary target who like to do activities with their closest people, open to trying or doing something new, have an interest in a healthy lifestyle, and have a passion for collecting things. The "Plant Your Well-Being with Omah Ndelik" program will be implemented for three months (July - September 2022) with a budget of Rp20.507.000,00 consisting of several activities, including activation of email addresses and newsletters, strengthening of content on Instagram, microgreen activities, giveaway, reward stamp, referral codes, partnership for donations, and the use of influencer marketing. At the end of the program, an evaluation of inputs, outputs, and outcomes will be carried out to measure the success of each activity and the program as a whole against the predetermined program objectives.