

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai penerapan *direct marketing* pada PT. Telkom Indonesia TBK Padang seperti yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa :

1. Penerapan *direct marketing* yang dilakukan oleh PT Telkom Indonesia TBK Padang dalam memasarkan produknya yaitu *personal selling*, *online marketing*, *direct mail*, dan aplikasi My Indihome. Kegiatan pemasaran tersebut telah berhasil dalam meningkatkan angka penjualan per tahunnya, akan tetapi strategi yang paling efektif dalam menaikkan jumlah pelanggan yaitu *Personal selling*.
2. Kendala yang dihadapi oleh Telkom dalam kegiatan *direct marketing*. Pada *personal selling* kendala yang dialami yaitu sulitnya menjangkau pelanggan, dan menghabiskan banyak waktu karena tidak semua sales berhasil dalam menarik minat pelanggan. Selanjutnya terkadang saat sales berkunjung ke rumah pelanggan, pelanggan tidak ada dirumah. Dan kendala lainnya kurangnya etika sales, kurang ramah, dan kurang menguasai tentang indihome.

Dalam *online marketing* kendalanya yaitu pelanggan yang kurang memahami iklan di sosial media, pelanggan yang kurang tertarik dengan suatu informasi sosial media. Kurang lengkapnya informasi yang didapatkan sehingga mereka tidak puas dengan apa yang didupatkannya. Sehingga *online marketing* memiliki respon yang tidak banyak di sosial media.

Kendala pada direct mail yaitu masyarakat yang jarang membuka email, dan masyarakat yang sifatnya kurang suka membaca. Kebanyakan masyarakat menganggap suatu informasi yang berasal dari email tidaklah penting.

3. Solusi dari kendala *direct marketing* pada Telkom yaitu, sales harus tekun dan semangat dalam memasarkan produk indihome, selanjutnya sales harus bersungguh sungguh dalam mengikuti pelatihan sales akademi, agar mereka tau etika dalam berkomunikasi ke masyarakat, dan agar mereka bisa menguasai semua yang bersangkutan dengan indihome.

Selanjutnya solusi untuk pada *online marketing*, sebaiknya Telkom membuat iklan atau video iklan searik mungkin, dari segi warna, *desain*, bintang iklan, dan waktu penayangannya. Sehingga masyarakat tertarik untuk melihat iklan tersebut dan sehingga timbul rasa ingin tahu tentang indihome.

5.2 Saran

Dalam kegiatan *Direct Marketing* yang digunakan oleh PT Telkom Padang dalam menarik minat pelanggan sebaiknya ditingkatkan dan diperbaiki lagi. Untuk bentuk pemasaran *personal selling* sebaiknya dilakukan lagi kegiatan promosi ke masyarakat yang lokasinya agak jauh dari pusat kota. Karna kendala jaringan di wilayah desa membuat masyarakat berminat untuk berlangganan indihome. Dan untuk Telkom sendiri seharusnya memberi uang jalan untuk para sales agar sales bisa lebih bersemangat lagi.

Untuk menghindari kecurangan para sales force sebaiknya indihome selalu meminta dokumentasi setiap kunjungan. Untuk kegiatan online marketing sebaiknya lebih ditingkatkan lagi, seperti yang telah dijelaskan diatas, sebaiknya

didesain lebih menarik lagi. Dan alangkah baiknya telkom menjadi sponsor untuk acara acara besar, selalu mengadakan *event* rutin, dan selalu menjaga hubungan yang baik dengan konsumennya.

