

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dan uraian pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan mengenai implementasi promosi pada listrik Prabayar di PT PLN ULP Lintau yaitu promosi merupakan salah satu cara perusahaan untuk berkomunikasi guna menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi bertujuan untuk modifikasi tingkah laku, memberitahu, membujuk, dan mengingatkan pelanggan.

Jenis promosi yang diterapkan oleh PT PLN ULP Lintau untuk memasarkan produk listrik Prabayar adalah periklanan (*advertising*), penjualan perorangan (*personal selling*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Periklanan yang diterapkan oleh PT PLN ULP Lintau berupa banner, spanduk, brosur, dan Instagram. Pada penjualan perorangan PT PLN ULP Lintau melakukannya dengan menemui langsung pelanggan. Lalu pada pemasaran langsung PT PLN ULP Lintau memasarkan produk listrik Prabayar melalui media telepon.

Dalam implementasi promosi listrik Prabayar, PT PLN ULP Lintau mengalami beberapa kendala. Pada periklanan, kendala yang dihadapi PT PLN ULP Lintau adalah tidak memaksimalkan media online yaitu Instagram serta kurangnya keterampilan karyawan dalam menggunakan Instagram untuk melakukan periklanan. Pada penjualan perorangan, kendala yang dihadapi oleh

PT PLN ULP Lintau adalah terbatasnya porsi waktu yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan kegiatan penjualan perorangan yaitu menemui langsung pelanggan. Pada pemasaran langsung, kendala yang dimiliki oleh PT PLN ULP Lintau adalah kurangnya intensitas karyawan dalam menghubungi pelanggan melalui media telepon.

Untuk menghadapi kendala-kendala yang dimiliki, PT PLN ULP Lintau harus mempunyai solusi demi mempertahankan keberlangsungan perusahaan kedepannya. Pada periklanan, solusi yang harus dilakukan oleh PT PLN ULP Lintau adalah memaksimalkan penggunaan media online yaitu instagram serta meningkatkan kreativitas karyawan dalam membuat konten mengenai listrik prabayar. Pada penjualan perorangan, solusi yang harus dilakukan adalah memberikan pelatihan kepada seluruh karyawan agar karyawan tersebut memiliki keterampilan dalam melakukan penjualan perorangan. Lalu pada pemasaran langsung, solusi yang harus dilakukan oleh PT PLN ULP Lintau adalah meningkatkan intensitas karyawan untuk menghubungi pelanggan melalui media telepon serta menggunakan media lain yaitu Whatsapp dan Email.

5.2 Saran

Beberapa saran kepada PT PLN (Persero) ULP Lintau yang nantinya dapat bermanfaat bagi perusahaan:

1. Sebaiknya PT PLN (Persero) ULP Lintau menerapkan semua jenis promosi yaitu periklanan (*advertising*), penjualan perorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*)

dan pemasaran *langsung (direct marketing)*. Sehingga perusahaan mendapatkan hasil yang maksimal dalam memasarkan produk listrik Prabayar.

2. PT PLN (Persero) ULP Lintau harus lebih gencar dalam menerapkan aktivitas promosi listrik Prabayar. Karena promosi adalah salah satu variabel penting dalam pemasaran yang memiliki pengaruh besar terhadap penjualan perusahaan.
3. Sebaiknya PT PLN (Persero) ULP Lintau lebih berfokus lagi pada promosi di media sosial. Karena dengan media sosial perusahaan akan menjangkau pelanggan lebih luas. Untuk mendukung hal tersebut, PT PLN ULP Lintau harus mampu mengembangkan keterampilan karyawan sehingga promosi melalui media online dapat berjalan lebih sukses.
4. Bagi kemajuan Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Andalas, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai promosi. Penulis juga berharap agar bermanfaat bagi para pelaku usaha kecil dan menengah dalam melakukan kegiatan pemasaran.