

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk cabang Padang menggunakan empat bauran promosi dari lima bauran promosi yang ada, yaitu periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Dalam pelaksanaan aktivitas promosi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk cabang Padang menggunakan banyak media promosi seperti di dalam bauran promosi periklanan PT. Telkom menggunakan media surat kabar, radio, iklan luar ruang, brosur, spanduk, dan sponsor. Dalam bauran promosi yang kedua yaitu penjualan pribadi PT. Telkom melakukan kegiatan promosi *door to door* oleh *sales force* dan program pejuang *on the move* untuk memperkenalkan dan menawarkan produk *speedy* kepada konsumen.

Selanjutnya hubungan masyarakat, PT. Telkom melakukan banyak kegiatan diantaranya mensponsori berbagai acara dan menyediakan fasilitas *HotSpot* gratis untuk pelanggan yang datang ke kantor Telkom. Dan juga PT. Telkom memberikan penyuluhan tentang informasi dan keunggulan yang di dapat dari berlangganan *speedy*. Dan yang terakhir bauran promosi yang dilakukan PT. Telkom adalah promosi penjualan, seperti pemberian modem gratis dan gratis pemakaian bulan pertama, memberikan pelayanan dengan mendatangi rumah pelanggan langsung, dan program *knowledge speedy* untuk lebih mengenal keuntungan dan manfaat yang bisa di dapat pengguna internet *speedy*.

Dalam pelaksanaan bauran promosi ini PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk cabang Padang juga mengalami kendala-kendala dalam pelaksanaannya, salah satunya yaitu kendala dalam anggaran untuk melaksanakan kegiatan bauran promosi. Walaupun PT. Telkom mengalami kendala dalam anggaran, Telkom tetap berusaha untuk menyediakan anggaran yang dibutuhkan agar aktivitas promosi dapat terlaksana. Dan juga PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk cabang Padang terus mengembangkan jaringan internet *speedy* agar seluruh wilayah Padang bisa merasakan kecepatan *speedy* yang sebagaimana dirasakan untuk daerah perkotaan, sehingga mengecilkan peluang pesaing untuk merebut pelanggan Telkom.

5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang penulis jelaskan diatas, adapun saran yang penulis berikan yaitu :

1. Agar PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk cabang Padang dapat menambah bauran promosi yang lainnya.
2. Meningkatkan aktivitas promosi produk *speedy* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk cabang Padang dan meningkatkan kinerja karyawan/ti agar dapat melaksanakan kegiatan promosi.
3. Kualitas pelayanan pada daya tanggap PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk cabang Padang masih rendah, maka hal ini perlu diatasi dengan cara menanggapi dengan segera setiap masalah dan keluhan yang dihadapi

pelanggan dan segera menginformasikan kepada pelanggan jalan keluar ataupun kendala yang dihadapi oleh Telkom itu sendiri.

4. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk cabang Padang dirasa perlu melakukan promosi secara gencar terhadap produk *speedy*, agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk berlangganan dengan Telkom.

