

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari pembahasan mengenai penerapan direct marketing di PT Telkom Indonesia TBK Padang seperti yang telah diuraikan sebelumnya, penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. PT Telkom Indonesia TBK Padang menerapkan *direct marketing* untuk memasarkan produknya melalui personal selling, online marketing, *direct mail*, dan aplikasi MyIndibiz. Strategi pemasaran ini telah berhasil meningkatkan penjualan setiap tahunnya, namun keberhasilan terbesar terlihat pada *personal selling* sebagai strategi yang paling efektif dalam menambah jumlah pelanggan.
2. Telkom menghadapi sejumlah kendala dalam kegiatan *direct marketing*, khususnya pada *personal selling*. Salah satunya adalah kesulitan dalam menjangkau pelanggan serta penggunaan waktu yang intensif karena tidak semua *sales* berhasil menarik minat pelanggan. Selain itu, sering kali saat sales berkunjung ke rumah pelanggan, mereka tidak ada di tempat. Kendala lainnya meliputi kurangnya etika *sales*, kurang bersikap ramah, dan kurang menguasai informasi tentang Indibiz. Dalam *online marketing*, terdapat beberapa kendala seperti kurangnya pemahaman pelanggan terhadap iklan di media sosial, serta kurangnya minat pelanggan terhadap informasi yang disajikan di media sosial. Selain itu, informasi yang diberikan seringkali tidak lengkap sehingga tidak memuaskan pelanggan. Hal ini mengakibatkan respon yang terbatas dalam pemasaran online di media sosial. Sementara itu, dalam *direct mail*,

kendala utamanya adalah rendahnya tingkat pembukaan *email* oleh masyarakat dan kurangnya minat mereka terhadap membaca *email*. Banyak masyarakat menganggap informasi yang disampaikan melalui *email* tidak penting.

3. Solusi untuk mengatasi kendala dalam *direct marketing* pada Telkom adalah dengan mendorong *sales* untuk bersikap tekun dan bersemangat dalam memasarkan produk Indibiz. Mereka juga perlu sungguh-sungguh mengikuti pelatihan *sales academy* untuk memahami etika berkomunikasi dengan masyarakat dan memperoleh pemahaman mendalam tentang Indibiz. Selain itu, solusi untuk online marketing adalah Telkom sebaiknya membuat iklan atau video iklan yang menarik dengan menggunakan warna, desain, bintang iklan, dan waktu penayangan yang tepat. Tujuannya adalah agar masyarakat tertarik untuk melihat iklan tersebut dan menimbulkan rasa ingin tahu tentang Indibiz.

## 5.2 Saran

Dalam praktik *Direct Marketing* yang dilakukan oleh PT Telkom Padang untuk menarik minat pelanggan, sebaiknya dilakukan peningkatan dan perbaikan. Dalam hal pemasaran *personal selling*, disarankan untuk melakukan promosi lebih intensif di wilayah yang jauh dari pusat kota. Ini disebabkan karena kendala jaringan di daerah pedesaan sering kali membuat masyarakat tertarik untuk berlangganan Indibiz. Selain itu, Telkom seharusnya memberikan insentif seperti uang transportasi kepada para *sales* agar dapat meningkatkan semangat mereka dalam melakukan penjualan.

Agar dapat mencegah terjadinya penipuan oleh *sales force*, disarankan agar Indibiz selalu meminta bukti atau dokumentasi setiap kali ada kunjungan. Dalam hal kegiatan

*online marketing*, sebaiknya ditingkatkan lagi seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, dengan fokus pada desain yang lebih menarik. Telkom juga sebaiknya menjadi sponsor untuk acara besar, mengadakan *event* secara rutin, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan mereka.

