

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan pada bab Tugas Akhir sebelumnya, maka penulis dapat menarik Kesimpulan mengenai Penerapan *Digital Marketing* sebagai Media Bauran Promosi pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat, yaitu

1. Penggunaan *website* sebagai penerapan *digital marketing* sebagai media bauran promosi yang dilakukan PT PLN (Persero) Sumatera Barat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengetahui semua informasi mengenai informasi yang diadakan oleh PLN. Untuk mendapatkan informasi mengenai promosi, pelanggan dapat dengan mudah menemukannya hanya dengan memilih fitur “Promosi” dann semua informasi akan terlihat di dalam satu halaman *web* tersebut. Dalam mengakses *website* PLN sangat mudah bagi pelanggan, akan tetapi terdapat kekurangan dari penggunaan *website* PLN sangat mudah bagi pelanggan, akan tetapi terdapat kekurangan dari pengguna *website* ini yaitu informasi-informasi terbaru akan telat ter-*update* pada laman *website* PLN ini.
2. Penggunaan *social media* sebagai penerapan *digital marketing* sebagai media bauran promosi yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) Sumatera Barat memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi-informasi seputar kelistrikan dari PLN yang dikarenakan *social media* adalah *platform* umum

yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat. Dalam penggunaan *social media*, PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat memanfaatkan *platform* Instagram dan Facebook. Dalam penggunaan Instagram yang diberikan selalu *up to date*, salah satunya adalah mengenai informasi promosi sehingga masyarakat dapat melihat informasi-informasi terbaru dari PLN Unit Induk Distribusi Sumatera Barat dan hal ini sangat efektif dalam penyebaran informasi promosi yang diberikan untuk masyarakat. Sedangkan penggunaan Facebook dalam memberikan informasi mengenai promosi kurang efektif karena sebagian besar masyarakat lebih tertarik untuk melihat informasi dalam waktu cepat. Tampilan postingan-postingan yang di *upload* di laman facebook PLN Unit Induk Distribusi Sumatera Barat sebagian besar mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh PLN Unit Induk Distribusi Sumatera Barat.

3. Penggunaan aplikasi PLN *MOBILE* sebagai penerapan *digital marketing* sebagai media bauran promosi yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) Unit Induk Sumatera Barat merupakan inovasi dalam bentuk aplikasi yang melengkapi dari kedua *platform* di atas yaitu *website* dan *social media*. Dengan adanya aplikasi PLN *MOBILE*, pelanggan dapat dengan mudah untuk melihat semua informasi hanya dalam satu gengaman di *smartphone*. Salah satunya adalah pelanggan dapat dengan mudah menerima informasi mengenai promosi yang diadakan oleh PLN dengan memilih fitur “Promosi & Informasi”, semua informasi yang terdapat pada aplikasi PLN *MOBILE* akan selalu *up to date* sehingga pelanggan tidak akan melewatkan informasi-informasi terbaru. Namun terdapat kekurangan dari aplikasi PLN *MOBILE* ini yaitu suatu waktu

sistem mengalami eror karena tinggi pemakaian dan karena sistem sedang tahap pembaharuan sehingga membutuhkan waktu untuk beberapa saat untuk sistem kembali normal.

5.2 Saran

Adapun saran dari penulis setelah melaksanakan kegiatan magang di PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat dari hasil kegiatan magang yang telah dilakukan .

1. Penerapan *digital marketing* yang dilakukan PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat melalui *website*, semua informasi dan promosi yang diunggah pada laman *website* lebih ditingkatkan lagi tampilan dan sistem kinerja *website* sehingga masyarakat dapat dengan mudah untuk melihat informasi dan promosi yang terbaru.
2. PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat juga perlu untuk menambah sumber daya manusia atau karyawan agar dapat membantu untuk menghandel dalam pembuatan konten video dan foto, hingga menghandel media *digital marketing* PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat.
3. Selain menggunakan influencer yang telah disediakan oleh pihak tenant, PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat juga perlu untuk melakukan kerja sama dengan pihak influencer lainnya, seperti influencer yang cukup terkenal dan berpengaruh di Kota Padang yang dapat membuat konten lucu, agar masyarakat tertarik dan tidak merasa bosan saat menonton konten promosi yang dibuat.

4. Membuat akun TikTok khusus PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat. Dengan adanya TikTok akan mendapat jangkauan lebih luas dan membantu dalam penyebaran informasi dengan lebih cepat dan efektif. Dengan membuat konten yang menarik seperti, informasi terbaru mengenai layanan dan promo PLN, TikTok dapat menjadi media yang efektif dalam meningkatkan *brand awareness* dan dapat menarik lebih banyak pelanggan.
5. Dan untuk aplikasi PLN *MOBILE*, sistem kinerjanya perlu untuk ditingkatkan lagi karena saat tinggi pemakaian, aplikasi PLN *MOBILE* mengalami *error* sehingga pelanggan akan sulit saat ingin melihat informasi dan promosi dari aplikasi tersebut. Menambahkan fitur notifikasi untuk mengingatkan pengguna tentang tagihan listrik yang akan jatuh tempo atau informasi penting lainnya dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan membantu pelanggan mengelola konsumsi listrik dengan lebih baik.

