

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan di bab sebelumnya tentang bagaimana *Implementasi Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PLN Icon Plus SBU Regional SUMBAGUT Medan, kendala dan solusi dalam *Implementasi Digital Marketing* dalam meningkatkan penjualan pada PLN Icon Plus SBU Regional SUMBAGUT, terdapat beberapa kesimpulan penting yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. **Penerapan *digital marketing* telah dilakukan secara menyeluruh dan terstruktur tapi belum optimal**

PLN Icon Plus SBU Regional SUMBAGUT Medan telah menjalankan strategi *digital marketing* dengan pendekatan yang menyeluruh, tidak terbatas hanya pada promosi satu arah. Mereka mengintegrasikan berbagai kanal digital seperti media sosial (Instagram, YouTube, TikTok), website resmi, dan aplikasi MyICON+ untuk menciptakan komunikasi dua arah, meningkatkan pengalaman pelanggan, serta membangun citra perusahaan yang modern dan dekat dengan masyarakat. Langkah ini terbukti efektif dalam menjawab kebutuhan pasar, khususnya dalam mengenalkan layanan *beyond kWh* seperti ICONNET dan solusi digital lainnya kepada masyarakat luas, baik pelanggan ritel maupun bisnis.

2. Penerapan bauran pemasaran 7P sudah dijalankan dengan cukup walau kurang optimal

Dari sisi strategi pemasaran, PLN Icon Plus SBU Regional SUMBAGUT telah menerapkan elemen 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*) secara optimal.

Produk yang ditawarkan telah disesuaikan dengan kebutuhan pasar digital, harga kompetitif, distribusi layanan menjangkau hingga ke daerah-daerah, promosi dilakukan secara digital dan tradisional, SDM pelayanan yang terus ditingkatkan, proses pelayanan yang efisien melalui digitalisasi, serta bukti fisik seperti jaringan kabel fiber optik dan pusat pelayanan yang terlihat profesional. Meski begitu, masih terdapat ruang untuk peningkatan khususnya dalam aspek sumber daya manusia digital dan kolaborasi promosi.

3. Masih terdapat kendala dalam pelaksanaan *digital marketing* yang perlu dibenahi

Meskipun hasil penerapan *digital marketing* secara umum cukup positif, penelitian ini juga menemukan adanya beberapa hambatan yang dihadapi oleh PLN Icon Plus SBU Regional SUMBAGUT. Pertama, keterbatasan jumlah tenaga ahli atau SDM yang secara khusus menangani pemasaran *digital marketing* menyebabkan proses produksi dan distribusi konten belum sepenuhnya optimal. Kedua, kemampuan tim kreatif dalam mengikuti perubahan media sosial dan tren konten terkini masih belum merata, sehingga mengurangi daya saing konten di

dunia digital yang dinamis. Ketiga, kolaborasi dengan influencer lokal masih sangat minim, padahal hal ini berpotensi besar dalam memperluas jangkauan promosi secara organik di komunitas lokal.

5.2 Saran

1. PLN Icon Plus SBU Regional SUMBAGUT Medan perlu menambah sumber daya manusia atau karyawan agar dapat membantu dalam menghandel pembuatan desain produk, membuat konten video hingga menghandel media sosial seperti Instagram, Youtube, Website, TikTok agar terlihat menarik kepada pelanggan.
2. PLN Icon Plus SBU Regional SUMBAGUT Medan juga perlu melakukan kerjasama dengan para influencer lokal atau nasional yang cukup terkenal terkait dengan layanan dan keunggulan yang didapat oleh konsumen dalam memilih, tidak hanya itu juga bisa menggunakan konten lucu atau tren terkini, agar masyarakat tertarik dan meningkatkan penjualan produk.
3. PLN Icon Plus SBU Regional SUMBAGUT Medan perlu konsisten dan variasi konten dalam melakukan pengupload-an agar menjangkau audiensi lebih luas, menjaga eksistensi PLN Icon Plus SBU Regional SUMBAGUT tetap terjaga dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan