

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan tentang strategi pemasaran yang berfokus pada layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran yang berorientasi layanan telah dilakukan dengan cukup baik dan memberikan efek positif terhadap kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Penerapan strategi pemasaran berbasis layanan ini dilakukan dengan menggunakan teknologi digital, terutama melalui aplikasi PLN Mobile dan situs resmi perusahaan. Kehadiran layanan digital ini memudahkan pelanggan dalam mengakses berbagai layanan kelistrikan seperti membayar tagihan, membeli token listrik, mengajukan layanan, hingga menyampaikan pengaduan. Kemudahan ini menjadikan proses pelayanan lebih cepat, efisien, dan praktis, sehingga meningkatkan kenyamanan pelanggan, kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT PLN UID Sumatera Barat juga tercermin dari aspek kecepatan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan, kelengkapan fitur layanan, serta transparansi informasi yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah menerapkan pendekatan pemasaran modern yang memprioritaskan pengalaman pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, diketahui bahwa PT PLN UID Sumatera Barat memiliki keunggulan utama seperti kualitas layanan yang baik, kemudahan akses terhadap layanan, serta integrasi sistem pelayanan yang mendukung strategi pemasaran berbasis layanan. Namun, terdapat juga kelemahan berupa keterbatasan jaringan dan gangguan sistem yang dapat mempengaruhi kelancaran pelayanan. Meski begitu, perusahaan memiliki peluang besar berkat perkembangan teknologi digital dan meningkatnya kebutuhan listrik di masyarakat. Di sisi lain, ancaman yang dihadapi adalah tingginya ekspektasi pelanggan serta potensi gangguan sistem dan keamanan layanan.

Penerapan strategi pemasaran berbasis layanan oleh PT PLN UID Sumatera Barat terbukti dapat meningkatkan kualitas pelayanan bagi pelanggan. Namun,

perusahaan tetap harus melakukan perbaikan berkelanjutan agar dapat menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada dengan sebaik-baiknya.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dilakukan, penulis menyampaikan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat dipertimbangkan oleh PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sumatera Barat untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1. **Peningkatan Kualitas Sistem dan Jaringan**
Diharapkan PT PLN UID Sumatera Barat dapat terus memperbaiki infrastruktur jaringan dan sistem layanan digital untuk mengurangi kemungkinan gangguan. Stabilitas sistem sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.
2. **Optimalisasi Layanan Digital**
Pengembangan aplikasi PLN Mobile dan layanan digital lainnya harus terus dilakukan, baik dari fitur, tampilan, maupun kemudahan dalam penggunaannya. Hal ini bertujuan agar semua pelanggan, termasuk mereka yang kurang berpengalaman dengan teknologi, dapat dengan mudah memanfaatkan layanan yang ada.
3. **Peningkatan Edukasi dan Sosialisasi kepada Pelanggan**
Perusahaan sebaiknya meningkatkan upaya sosialisasi dan edukasi mengenai penggunaan layanan digital kepada masyarakat. Dengan pemahaman yang baik, pelanggan akan lebih mampu memanfaatkan layanan yang ada sehingga kepuasan mereka dapat meningkat.
4. **Peningkatan Responsivitas Pelayanan**
Diharapkan PT PLN UID Sumatera Barat dapat terus mempercepat dan memperbaiki cara menangani pengaduan pelanggan. Pelayanan yang cepat tanggap akan memberikan pengalaman positif dan meningkatkan kesetiaan pelanggan.
5. **Penguatan Keamanan Data Pelanggan**
Dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital, perusahaan perlu memperkuat keamanan sistem data pelanggan untuk menghindari risiko

kebocoran informasi. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan terhadap layanan digital yang mereka gunakan.

6. Evaluasi dan Inovasi Berkelanjutan

Perusahaan diharapkan terus melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran berbasis layanan yang telah diterapkan serta melakukan inovasi secara berkelanjutan.

