

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan penjelasan yang telah disampaikan pada setiap bab dan pada halaman sebelumnya tentang bauran promosi pada kompor listrik induksi di PT PLN Bukittinggi, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. PT PLN (Persero) adalah sebuah badan usaha milik negara yang mengurus semua aspek kelistrikan yang ada di Indonesia . Salah satu tugas utamanya adalah bergerak di bidang penyediaan listrik untuk kebutuhan masyarakat (PLN, 2020). PLN dalam memasarkan sebuah produk perlu melakukan kegiatan promosi. PLN disini merupakan pihak ketiga dan berperan sebagai penyalur atau penyedia listrik dari perusahaan yang menciptakan kompor listrik induksi ini. Salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh PT PLN untuk meningkatkan inovasi nya adalah mempromosikan listriknya melalui kompor listrik induksi.
2. PT PLN menerapkan 5 bauran promosi yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. ini merupakan salah bentuk keberhasilan PLN dan juga perusahaan yang menciptakan produk daam melakukan kegiatan promosi. Dalam melakukan bauran promosi PLN bekerja sama dengan pihak perusahaan yang menciptakan kompor induksi. Disini PLN berperan sebagai penyedia energi listrik untuk penggunaan kompor induksi. PLN ikut serta dalam promosi listriknya melalui promosi kompor induksi. PLN juga mempromosikannya lewat radio, media sosial, iklan,dll.
3. Harga kompor induksi yang ditetapkan perusahaan berbeda beda. Kisaran dari Rp

800.000 hingga Rp 2.000.000 . Dalam melakukan promosinya PLN memberikan diskon atau potongan harga untuk pelanggan yang membeli kompor tersebut pada saat diadakannya acara atau seminar lain dalam rangka promosi.

4. Dalam melakukan promosi PLN beserta perusahaan yang menciptakan produk kompor induksi ini mengadakan berbagai acara seperti event atau pameran seperti di lapangan kantin atau di instalasi misalnya ada lomba memasak yang diadakan oleh ikatan chef di kota Bukittinggi dan PLN disini berperan sebagai narasumber yang memberikan informasi mengenai listrik melalui penggunaan kompor listrik induksi ini.
5. Beberapa kendala yang dihadapi perusahaan dalam melakukan penerapan bauran promosi kompor induksi ini yaitu kendala waktu, produk, siklus hidup produk yang singkat, dll. Kendala yang paling sering dihadapi yaitu kendala waktu dan produk. Karena perusahaan tidak bisa menjamin berapa waktu yang dibutuhkan dalam promosi dan juga bagaimana cara menghadapi permintaan konsumen yang tidak bisa kita tentukan dari awal.
6. Untuk menghadapi kendala dalam melakukan penerapan bauran promosi PT PLN berusaha agar kegiatan promosi untuk berikutnya lebih efektif dan meningkatkan cara promosinya.

5.2 Saran

Ada beberapa saran dari penulis kepada PT PLN Bukittinggi semoga bermanfaat bagi perusahaan dan penulis sesudahnya dalam menerapkan bauran promosi pada kompor listrik induksi ini yaitu sebagai berikut:

1. PT PLN sebaiknya lebih giat lagi dalam melakukan kegiatan promosi. Karena promosi yang dilakukan perusahaan sangat berpengaruh kepada penjualan perusahaan. Walaupun produk kompor induksi ini bukan produk yang diciptakan oleh PLN tetapi dalam promosi listriknya PLN harus tetap giat.

2. Dalam melakukan promosi tentu dibutuhkan banyak tenaga penjual agar promosi yang dilakukan lebih efektif. Untuk itu perlu adanya tambahan tenaga penjual baik dari perusahaan yang menciptakan produk maupun pihak PLN.

3. Memberikan keringanan dalam pembayaran listrik bagi pelanggan yang memakai kompor induksi karena harga kompor induksi yang lumayan tinggi dan perlu adanya pengurangan biaya pembayaran listrik setiap bulannya atau bisa juga di ganti dengan subsidi bagi pengguna kompor induksi.

