

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

1.1 Kesimpulan

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk ialah salah satu perusahaan BUMN yang menyediakan produk jasa layanan internet. Dalam pengembangannya Telkom melakukan beberapa bentuk promosi menggunakan metode *internet marketing*. Berdasarkan pengamatan dan pembahasan dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai strategi pemasaran Telkom melalui jaringan internet yaitu sebagai berikut :

1. PT Telekomunikasi Indonesia Tbk saat ini ialah penyedia jasa jaringan internet bagi masyarakat Indonesia. Jaringan internet tersebut juga dimanfaatkan oleh Telkom dalam hal mempromosikan dan mengenalkan produknya kepada calon pelanggan yaitu melalui situs website dan media sosial.
2. Dalam penerapan strategi pemasaran melalui jaringan internet Telkom telah melaksanakan 7 tahapan teori *Seven Stage of Internet Marketing* dimana dalam 7 tahap tersebut terdapat program-program yang telah dilaksanakan Telkom untuk menunjang situs website dan media sosial dari Telkom yang bisa memudahkan pelanggan Telkom dalam memperoleh informasi mengenai perusahaan, produk Telkom ataupun mengenai program promosi yang sedang dilaksanakan.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas adapun saran yang ingin penulis sampaikan kepada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk ialah :

1. Dalam situs resmi dari website Telkom yaitu www.telkom.co.id sebaiknya dicantumkan links dari produk indihome dan wifi.id sehingga apabila pengunjung membuka situs website www.telkom.co.id dan ingin mencari informasi mengenai produk pengunjung tidak bingung dan bisa terhubung langsung apabila disediakan links website indihome atau wifi.id.
2. Sebaiknya diberikan edukasi lebih kepada pelanggan mengenai situs website yang disediakan oleh Telkom sehingga apabila pelanggan bingung akan produk Telkom ataupun ingin melakukan komplain, pelanggan tidak perlu pergi ke kantor Telkom langsung karena mereka bisa melakukan hal tersebut hanya dengan membuka situs website Telkom.

