

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan tentang Penerapan Strategi Promosi Penggunaan Layanan SOPP (*System Online Payment Point*) PT Pos Indonesia (Persero) Palembang, maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang sudah dilakukan oleh PT Pos Indonesia (Persero) Palembang sudah cukup baik dalam melakukan kegiatan promosi produk atau layanan jasanya.

PT Pos Indonesia (Persero) Palembang saat ini sudah menggunakan semua bauran promosi yang umum digunakan oleh banyak perusahaan sebagai strategi promosi perusahaan, seperti bauran promosi periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), direct-mail. Akan tetapi, PT Pos Indonesia (Persero) Palembang dalam hal melakukan pendekatan menggunakan strategi promosi secara periklanan (*Advertising*) dengan media brosur yang disebarakan ke masyarakat sekitar, banner dan spanduk yang dipasang di halaman lingkungan, ruang masuk atau lobby utama PT Pos Indonesia (Persero) Palembang. Menggunakan media elektronik salah satunya pernah di Kompas Tv maupun radio dipalembang seperti radio Sonara 102,6 FM dan menggunakan media sosial seperti instagram, *facebook* dan juga youtube. Selain itu juga menggunakan strategi promosi secara *personal selling* dengan melakukan kegiatan rutin diakhir pekan yaitu kegiatan grebek pasar untuk dapat langsung berinteraksi dalam hal mencari calon pelanggan baru. Jadi, kedua bauran promosi periklanan dan *personal selling* inilah sebagai alat promosi untuk fokus utamanya.

Adapun kekurangan atau kendala yang dihadapi dalam melakukan kegiatan promosi oleh PT Pos Indonesia (Persero) palembang dalam melakukan kegiatan promosi yaitu: di dalam penggunaan brosur PT Pos

Indonesia (Persero) Palembang sering kekurangan atau kehabisan brosur dikarenakan pembagian brosur dari pusat hanya sedikit. Masih terbatasnya sosialisasi yang dilakukan oleh PT Pos Indonesia (Persero) Palembang dikarenakan jadwal jam kerja yang sekarang sudah penuh dari hari senin sampai dengan minggu sehingga sulit untuk mengadakan kegiatan diluar untuk memperkenalkan mengenai produk atau jasa kantorpos. Penggunaan media sosial PT Pos Indonesia (Persero) Palembang yang perlu diperhatikan lagi, dikarenakan postingan di feed instagram yang masih belum menarik dan juga belum rapi penggunaannya, hal ini bisa saja mempengaruhi daya tarik pelanggan terhadap perusahaan. Penerapan strategi promosi yang dilakukan masih belum maksimal berdasarkan tujuan promosi yaitu menginformasikan (*informing*), membujuk pelanggan (*persuading*) dan sebagai pengingat (*reminding*). PT Pos Indonesia (Persero) Palembang hanya mencapai tujuan promosi dalam hal menginformasikan (*informing*) saja dikarenakan banyaknya pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama kepada masyarakat. Sedangkan dalam hal membujuk masyarakat dan pengingat bagi pelanggan atau calon pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan masih belum bisa optimal.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dalam kesempatan ini penulis akan sedikit memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan yang bertujuan untuk kemajuan perusahaan itu sendiri. Setelah penulis mengkaji hasil dari analisis ini maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Dalam hal penggunaan media promosi salah satunya penggunaan brosur, PT Pos Indonesia (Persero) Palembang dapat membagikan brosur kepada calon pelanggan yang kira-kira dapat berpotensi untuk menjadi pelanggan kantorpos terlebih dahulu. Hal ini dapat dilakukan supaya meminimalisir penggunaan brosur secara cuma-cuma saja.

2. Untuk memperluas jangkauan pasar, PT Pos Indonesia (Persero) Palembang perlu membuat agenda kegiatan seperti 6 bulan satu kali kegiatan atau dalam 1 tahun sekali untuk mengadakan sosialisasi promosi ke berbagai pusat keramaian bukan hanya ke pasar-pasar saja yang biasa rutin dilakukan setiap akhir pekan, melainkan bisa melakukan kegiatan sosialisasi ke berbagai kampus atau sekolah yang ada di Palembang.
3. PT Pos Indonesia (Persero) Palembang juga harus membenahi media sosial yang digunakan, dengan cara merapikan postingan feed di instagram maupun *facebook*, membuat konten-konten video kreatif yang dapat menarik minat masyarakat yang melihat dan menontonnya. PT Pos Indonesia (Persero) Palembang bisa memanfaatkan media sosial dengan memperbanyak testimoni pelanggan yang sudah menggunakan produk atau jasa layanan dikantorpos sehingga dapat memberikan kesan positif yang meyakinkan terhadap jasa layanan yang ditawarkan. Selain itu, bisa menggunakan selebgram, influencer atau artis yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi orang lain karena kapasitas yang dimilikinya, agar dapat membantu dalam memperkenalkan produk atau jasa dari kantorpos secara luas sehingga dapat digunakan oleh banyak orang.
4. Secara keseluruhan dalam melakukan strategi promosi yang diterapkan oleh PT Pos Indonesia (Persero) Palembang sudah cukup baik. Namun perlu ditingkatkan lagi bukan hanya promosi saja, tetapi juga pelayanan untuk pelanggan yang datang ke kantorpos perlu di maksimalkan, bukan hanya pelayanan pelanggan di kantorpos pusat saja yang diperhatikan dengan baik, akan tetapi pelayanan pelanggan di setiap kantor cabang pos juga perlu untuk dimaksimalkan. Sehingga perusahaan akan mendapatkan komentar positif dari pelanggan, hal itulah yang akan menumbuhkan citra baik perusahaan dimata masyarakat luas.
5. PT Pos Indonesia (Persero) Palembang bisa membuat semacam aplikasi yang dapat digunakan untuk seluruh produk atau jasa layanan ke dalam satu aplikasi saja. Hal itu dapat mempermudah masyarakat karena dalam

satu aplikasi masyarakat bisa melakukan seluruh aktivitas jasa ataupun transaksi pembayaran yang ada di kantorpos.

6. Berdasarkan penelitian yang sudah penulis lakukan, penelitian ini menghasilkan manfaat secara teoritis yang bisa dijadikan acuan bagi perusahaan dan dapat berguna untuk penelitian selanjutnya yang dilakukan di PT Pos Indonesia (Persero) Palembang, sehingga barangkali dapat membantu penelitian secara praktisnya yang akan dilakukan kedepannya .