

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa :

1. Dalam meningkatkan penjualan produk indibiz PT.Telkom Witel Sumatera Barat melakukan promosi melalui media sosial yaitu instagram, Tiktok dan Twitter, jenis promosi yang dilakukan oleh PT.Telkom Witel Sumatera Barat adalah promosi penjualan.
2. Kendala yang terjadi dalam strategi pemasaran produk indibiz melalui media sosial di PT.Telkom Witel Sumatera Barat yaitu :
  - a. Jangkauan Audiens yang Terbatas dan Tidak Tepat Sasaran Walaupun media sosial mempunyai banyak pengguna, algoritma pada platform seperti Instagram dan TikTok tidak selalu menampilkan konten kepada audiens yang sesuai dengan segmen pasar IndiBiz, seperti UMKM atau pelaku usaha.
  - b. PT.Telkom Witel Sumatera Barat atau IndiBiz tidak memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, YouTube, dan lainnya karena sejumlah pertimbangan strategis serta pemilihan segmen pasar. Salah satu alasan utamanya adalah untuk meningkatkan efektivitas pemasaran melalui platform yang lebih sering digunakan oleh audiens sasaran, yaitu Instagram, TikTok, dan Twitter. Berdasarkan perkembangan digital terkini, ketiga media tersebut lebih banyak dipakai oleh pelaku

usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta generasi muda yang menjadi fokus utama IndiBiz.

- c. Di samping itu, Facebook dan YouTube umumnya memiliki format konten dan algoritma yang membutuhkan strategi produksi konten yang lebih rumit dan investasi sumber daya yang lebih besar, seperti pembuatan video berdurasi panjang atau iklan berbayar yang ditujukan untuk audiens tertentu. Ini mungkin tidak sepadan dengan hasil yang didapat jika dibandingkan dengan konten singkat dan energi yang lebih sesuai untuk Instagram dan TikTok.
- d. Tingkat Interaksi dan Konversi yang Rendah Banyak pengguna media sosial hanya melihat konten tanpa melakukan interaksi lebih lanjut seperti mengklik, berkomentar, atau melakukan pembelian.
- e. Persaingan Konten yang Sangat Tinggi Di platform seperti TikTok dan Instagram, materi promosi IndiBiz harus bersaing dengan ribuan konten lain yang lebih menghibur atau menjadi viral.

## **4.2 Saran**

Optimalkan Pembagian Pasar Digital PT Telkom Witel Sumatera Barat perlu melakukan kajian mendalam tentang ciri-ciri pasar sasaran di platform media sosial supaya konten promosi dapat lebih tepat mengenai suasana yang diharapkan, contohnya dengan memanfaatkan fitur iklan berbayar yang diatur berdasarkan demografi dan lokasi. Tingkatkan Mutu dan Konsistensi Konten Untuk bersaing dengan konten lain yang sedang populer, perusahaan disarankan untuk menciptakan konten yang lebih kreatif, mendidik, dan interaktif, seperti panduan, ulasan

pelanggan, atau sesi langsung. Konsistensi dalam frekuensi posting juga penting untuk tetap menarik perhatian audiens.

Menciptakan Komunitas dan Interaksi Dua Arah Selain menyusun konten promosi, IndiBiz sebaiknya merangkul komunitas pengguna aktif di media sosial untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Interaksi dua arah juga perlu diperkuat, contohnya dengan menjawab komentar, menyusun jajak pendapat, atau mengadakan sesi tanya jawab secara teratur.

Berdasarkan kendala yang ditemukan dan analisis loyalitas, berikut adalah saran-saran yang bisa dimasukkan untuk PT Telkom Witel Sumatera Barat:

1. Optimalkan Pembagian Pasar Digital
2. Tingkatkan Mutu dan Konsistensi Konten
3. Menciptakan Komunitas dan Interaksi Dua Arah
4. Fokus pada Edukasi dan Manfaat Indibiz
5. Mendorong Konten Buatan Pengguna (User-Generated Content
6. Memperkuat Program Referensi dan Diskon