

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1. Kesimpulan

Dalam perkembangan bisnisnya, Telkomsel menggarap banyak produk, salah satunya adalah By.U. sebagai produk yang muncul dan dikembangkan di era digital, By.U membutuhkan strategi pemasaran yang baik agar mampu bertahan.

Strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Telkom di era digital dengan produk By.U yaitu; Membangun kerjasama dengan instansi pendidikan demi menarik minat generasi muda untuk menggunakan produk By.U, melakukan promosi By.U di media-media sosial yang menarik perhatian konsumen dengan promo dengan jumlah yang besar, melakukan inovasi penjualan produk By.U dengan memanfaatkan *Platform* belanja *online*, dan membangun kepercayaan dan kedekatan dengan konsumen melalui jalinan kasih kampanye dan kegiatan donasi.

Namun, strategi pemasaran era digital pada produk By.U juga memiliki kekurangan dan juga kelebihan. Kelebihan strategi pemasarannya adalah jangkauan yang luas, cepat, dan dapat disesuaikan, implementasi relatif mudah dan juga fleksibel, kemudahan dalam analisis pasar, praktis dalam proses brandingbisnis dan produk By.U, dan tidak butuh sumber daya manusia yang banyak. Kekurangan strategi pemasarannya adalah makin meningkatnya persaingan bisnis By.U, membutuhkan keahlian khusus di bidang tertentu dalam pemasarannya, dan *feedback* negatif dapat terekspos.

Di era digital yang terus berkembang ini, PT Telkom Indonesia juga menghadapi beberapa kendala untuk menjalankan strategi pemasaran produk

By.U yakni banyaknya penyedia layanan lain yang ada sebelum By.U, semakin kreatifnya cara promosi dari penyedia layanan lain dalam industri telekomunikasi dan cara akses hingga registrasi By.U yang agak berbeda dengan penyedia layanan lain menyebabkan kebingungan dari pihak konsumen.

#### **4.2. Saran**

Terdapat saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi tim produk By.U Telkomsel Jambi dalam mempromosikan produk dan paket kuotanya, yaitu pihak By.U perlu lebih menyampaikan pesan promosi secara kreatif untuk menjadi alat penjualan produk atau paket kuota.

Selain itu cara akses dan registrasi By.U yang sedikit berbeda dengan penyedia layanan lain seharusnya dapat menjadi ikon yang berbeda dan menjadi ciri khas By.U, hanya saja untuk memperkenalkan hal ini konsumen By.U harus gencar melakukan sosialisasi, promosi, hingga tutorial yang ditujukan kepada konsumen dengan memanfaatkan media sosial atau media promosi lainnya.