

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan. Pertama, kelebihan Wi-Fi ICONNET berupa harga terjangkau dan *flat* sudah sesuai dengan teori strategi *marketing mix* yaitu harga (*price*). Kelebihan lainnya berupa infrastruktur yang handal berupa tiang beton listrik PLN yang sudah tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Hal tersebut sesuai dengan teori strategi pemasaran yaitu *positioning*. Kelebihan lainnya berupa gratis biaya alat dan instalasi serta tidak ada denda telat pembayaran merupakan keunggulan Wi-Fi ICONNET sesuai dengan implikasi strategi SWOT yakni *strength* (kekuatan). Untuk kekurangan Wi-Fi ICONNET terkait belum meng-*cover* semua area dan *aftersales* yang belum baik termasuk *weakness* (kelemahan) dari Wi-Fi ICONNET. Namun kekurangan tersebut dapat dijadikan peluang bagi PLN Icon Plus surabaya untuk senantiasa meng-*upgrade* kualitas produk dan sumber daya manusianya.

Kedua, hambatan-hambatan pada saat pemasaran Wi-Fi ICONNET salah satunya yaitu perizinan warga setempat. Hambatan lainnya yaitu minimnya pengetahuan warga setempat terkait Wi-Fi ICONNET, Wi-Fi ICONNET tergolong produk baru sehingga beberapa orang masih belum mengetahui produk tersebut. Strategi yang dilakukan oleh PLN Icon Plus adalah melalui *survey* yang berguna untuk mengedukasi masyarakat tentang keunggulan Wi-Fi ICONNET.

Ketiga, strategi pemasaran Wi-Fi ICONNET pada PLN Icon Plus Surabaya *push marketing* yaitu melalui *canvass door to door*, *event* pemasaran, mitra penjualan lokal di setiap area yang sudah ter-cover jaringan ICONNET. Adapun bekerja sama dengan berbagai pihak. Strategi tersebut sudah sesuai dengan teori strategi *marketing mix* yakni *promotion* (promosi). Adapun strategi lainnya yaitu strategi *pull marketing* melalui media sosial, iklan *online*, SEO, dan *website*. Strategi tersebut sudah sesuai dengan teori strategi pemasaran di era *digital*, yang dimana menggunakan mesin telusur bersistem SEO, *website*, iklan *online*, dan media sosial. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, strategi yang paling efektif dilakukan oleh PLN Icon Plus Surabaya adalah strategi *pull marketing*.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan oleh penulis, terdapat beberapa saran yang perlu disampaikan, antara lain:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di PLN Icon Plus mengenai strategi pemasaran disarankan melakukan pembaharuan data, dengan cara menganalisis perbandingan strategi dengan beberapa penyedia jasa layanan internet lain.
2. Bagi PLN Icon Plus Surabaya, terkait kekurangan Wi-Fi ICONNET berupa *aftersales* yang belum maksimal. Sebaiknya pada aplikasi pengaduan diberi riwayat, bahwa laporan tersebut sudah ditangani sampai mana sehingga memudahkan pelanggan untuk mengetahui bahwa laporan yang dikirim sedang dalam proses apa.

### 5.3. Implikasi

Strategi yang dilakukan PLN Icon Plus Surabaya dalam mendorong pemasaran dan penjualan produknya adalah:

1. Kegiatan pemasaran perlu diimbangi dengan manajemen penanganan *aftersales* yang maksimal.
2. Prosedur pengaduan gangguan melalui *call center* ataupun aplikasi dapat dibuat dengan jelas agar pelanggan lebih puas dalam memperoleh pelayanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023, May 15). *Survei Pengguna Provider Terbanyak di Indonesia Tahun 2023*, diakses pada tanggal 25 Agustus 2023 dari <https://survei.apjii.or.id/survei/2023>.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Benhardy, K. A., Hardiyansyah, Putranto, A., & Ronadi, M. (2020). Brand image and price perceptions impact on purchase intentions: Mediating brand trust. *Management Science Letters*, 10(14), 3425–3432.
- CNN Indonesia. (2022, March 3). *WiFi: Pengertian, Fungsi, dan Cara Kerja*, diakses pada tanggal 29 Juni 2023 dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220222214121-190-765473/wifi-pengertian-fungsi-dan-cara-kerja>.
- Dahmiri, Syafri, R. A., & Khalik, I. (2023). *Tata Kelola Manajemen Bisnis Industri Kecil Menengah*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Dwi Rani, F., Perilaku Konsumen, P., Bina Taruna Gorontalo, U., & Nina Madiawati, P. (2022). *PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, BRAND IMAGE DAN REBRANDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK ICONNET DI BANDUNG*.
- Eko Wicaksono. (2023, January 11). *Penjualan Pesat ICONNET*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5176633/garap-bisnis-internet-pln-catatkan-500-ribu-pelanggan-per-akhir-2022>.
- First Media. (2023). *Paket Harga First Media*, diakses pada tanggal 26 Agustus 2023 dari <https://www.firstmediasalescenter.com/paket-harga/>.
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian*.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN*.
- Hasnunidah, N. (2017). *Metodologi Penelitian Pendidikan*.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*.
- Hooley, G., Piercy, N. F., Nicoulaud, B., & Rudd, J. M. (2017). *MARKETING STRATEGY & COMPETITIVE POSITIONING Sixth Edition*.

- ICONNET. (2023). *Maps Coverage ICONNET Area Surabaya*, diakses pada tanggal 09 Juli 2023 dari [https://s.id/coverage\\_jatim](https://s.id/coverage_jatim).
- ICONNET. (2023). *Paket Internet ICONNET*, diakses pada tanggal 08 Juli 2023 dari <https://iconnetjawatimur.com/>.
- ICONNET. (2023). *Syarat dan Ketentuan ICONNET*, diakses pada tanggal 26 Agustus 2023 dari <https://iconnetjawatimur.com/syarat-dan-ketentuan/>.
- IndiHome. (2023). *Paket Internet IndiHome*, diakses pada tanggal 08 Juli 2023 dari <https://indihome.co.id/paket>.
- Kotler, M., Cao, T., Wang, S., & Qiao, C. (2017). *Marketing Strategy in the Digital Age Applying Kotler's Strategies to Digital Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management 16th Edition*.
- Meilinaeka. (2023, January 17). *Mengenal Apa Itu Wifi Mulai Dari Cara Kerja Hingga Kelebihannya*, diakses pada tanggal 29 Juni 2023 dari <https://it.telkomuniversity.ac.id/mengenal-apa-itu-wifi-mulai-dari-cara-kerja-hingga-kelebihannya/#:~:text=wifi%20adalah%20sebuah%20jaringan%20nirkabel,wireless%20berdasarkan%20standart%20protokol%20jaringan>.
- Midteknologi. (2023). *Kelebihan dan Kekurangan First Media*, diakses pada tanggal 26 Agustus 2023 dari <https://midteknologi.com/blog/review-first-media/>.
- Niken Bestari. (2022, September 22). *WiFi: Pengertian, Fungsi, dan Cara Kerja, Materi Informatika Dasar*, diakses pada tanggal 29 Juni 2023 dari <https://bobo.grid.id/read/083490264/wifi-pengertian-fungsi-dan-cara-kerja-materi-informatika-dasar?page=all>.
- Patma, T. S., Maskan, M., & Mulyadi, K. (2019). *Pengantar Manajemen*.
- PLN Icon Plus. (2017). *Profil PLN Icon Plus*, diakses pada tanggal 26 Juli 2023 <https://plniconplus.co.id/>.
- Reed, P., & Baird, M. (2019). *STRATEGIC MARKETING Decision-making and Planning*.
- Siti Nur Arifa. (2021, June 5). *PLN Resmi Hadirkan ICONNET, Layanan Internet yang Siap Bersaing*, diakses pada tanggal 29 Juni 2023 dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/06/05/pln-resmi-hadirkan-iconnet-layanan-internet-yang-siap>.

[bersaing#:~:text=kehadiran%20layanan%20internet%20milik%20pln,direktur%20utama%20pln%2c%20zulkifli%20zaini.](#)

Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*.

Teksnologi. (2023). *Kelebihan dan Kekurangan IndiHome*, diakses pada tanggal 06 Agustus 2023 dari <https://teknologi.com/kelebihan-dan-kekurangan-internet-telkom-indihome/>.

Zulkarnain. (2017). *Ilmu Menjual Edisi 2*. Yogyakarta.