

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan magang ini merupakan salah satu program yang diselenggarakan oleh pemerintah. Yang dimana kegiatan tersebut yakni Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

Dari program yang disediakan oleh pihak kampus, penulis memilih untuk mengambil kegiatan magang. Lokasi kegiatan magang penulis yakni di Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Air Minum Tirta Bangka yang berada di Sungailiat, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Selama empat bulan kegiatan magang berlangsung, penulis banyak mendapatkan pengalaman yang belum pernah dialami. Terutama dengan lingkungan baru yang menurut penulis hal tersebut sangat baik. Pada kegiatan magang ini penulis ditempatkan di Unit *Reverse Osmosis* (RO) yang merupakan unit di bawah naungan Bagian Administrasi dan Keuangan. Penulis dilibatkan dalam berbagai aktivitas sehari – hari para karyawan yang ada di PERUMDA Air Minum Tirta Bangka, terkhususnya yang ada di Unit RO. Kegiatan yang dilakukan penulis selama magang seperti melakukan rekap penjualan harian air minum isi ulang RO, melakukan rekap penjualan selama satu bulan berjalan, membantu pemasaran melalui media digital yakni dengan menggunakan media sosial berupa pesan singkat melalui *WhatsApp*, ikut melakukan kegiatan distribusi ke konsumen serta membantu Staf RO dalam proses pembersihan filter. Yang dimana semua hal tersebut belum pernah dilakukan oleh penulis. Tidak hanya itu dalam proses distribusi produk air minum isi ulang, penulis bertemu dan berinteraksi langsung dengan para konsumen. Hal tersebut juga menjadi pengalaman baru bagi penulis. Semua hal yang dilakukan dan dirasakan oleh penulis sangat bermanfaat karena ilmu dan pengalaman tersebut tidak bisa didapatkan penulis di perkuliahan.

Berdasarkan pembahasan bab diatas mengenai *Reverse Osmosis* (RO) Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Air Minum Tirta Bangka, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran melalui *digital marketing* yang

dilakukan oleh MULYA PERUMDA adalah dengan menerapkan *digital marketing online* melalui media sosial berupa *Instagram* dan *Instant Message* yang MULYA gunakan dalam bentuk Aplikasi *Chatting WhatApps* sebagai media pemasarannya. MULYA juga menggunakan bauran pemasaran digital sebagai pemandu komunikasi pemasaran. Dengan itu, MULYA selalu mengembangkan *digital marketing* nya untuk meningkatkan penjualan, promosi dan strategi pemasarannya.

5.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan agar MULYA Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Air Minum Tirta Bangka dapat lebih berkembang dengan *digital marketing* yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Media Sosial

Untuk meningkatkan *brand awareness* dan meningkatkan penjualan MULYA dapat menambah beberapa akun media sosial lainnya seperti *Tik Tok* dan *YouTube*. Dalam dua media sosial tersebut MULYA dapat mengunggah kegiatan – kegiatan yang telah dilakukan seperti contohnya proses kegiatan promosi langsung, proses distribusi ke konsumen. Bahkan kegiatan sehari – hari yang berkaitan dengan Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Air Minum Tirta Bangka ke konsumen dalam bentuk video, MULYA dapat mengkreasikan hasil video tersebut menjadi *Vlog* dan digabungkan dengan testimoni dari konsumen sebagai konten dalam media sosial MULYA, yang mana hal ini akan lebih menguatkan rasa kepercayaan konsumen kepada MULYA dan untuk mengikuti perkembangan zaman.

2. *Instagram*

Lebih meningkatkan keaktifan di *Instagram* dalam mengunggah testimoni, produk yang ditawarkan dan unggahan lainnya.

3. Orang (*People*)

Untuk menjadikan keberhasilan perusahaan dalam melakukan promosi suatu produk baik itu barang ataupun jasa melalui *digital marketing*, Salah satunya adalah dorongan dari anggota internal suatu

perusahaan atau karyawan itu sendiri. Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk membantu promosi sebuah perusahaan melalui *digital marketing* adalah membantu admin media sosial menyebarkan konten – konten yang telah diunggah di media sosial ke akun media sosial karyawan, karena ini akan membantu penyebaran promosi dan *brand awareness* pada MULYA Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Air Minum Tirta Bangka. MULYA juga dapat menambah karyawan khusus pada bidang *digital marketing online* agar promosi yang ditawarkan lebih efektif dan lebih aktif dalam menjalankan media sosial.

