

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

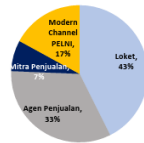
Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul pemanfaatan *cyber advertising* PT. Pelni dalam meningkatkan pelayanan penjualan tiket kapal laut kepada masyarakat dapat ditarik kesimpulan bahwa :

- a. Pemanfaatan *cyber advertising* yang dilakukan oleh PT. PELNI (Persero) sangat bagus, efektif, dan efisien dengan promosi di media sosial 2-3 kali dalam sebulan memanfaatkan iklan website yang terintegrasi dengan media sosialnya seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dengan memperhatikan isi konten, desain, dan konsistensi dalam mengunggah iklan. Dengan menggunakan *cyber advertising* jangkauan pemasaran PT. PELNI (Persero) semakin memperluas jangkauan dalam beriklan. Dengan begitu peranan *cyber advertising* terlihat sangat efektif bagi komunikasi dalam penyebaran promosi.
- b. PT. PELNI selalu mengedepankan *Attitude, Attention, Action, Anticipation* dalam melayani. Dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. PELNI dapat memberikan kesan yang positif dimata khalayak.
- c. Terobosan PT. PELNI dengan meluncurkannya Pelni Mobile dan Website [www.pelni.co.id](http://www.pelni.co.id) melayani penjualan tiket secara online, sehingga customer tidak perlu repot untuk datang langsung dan mengantre di loket. Dengan fasilitas tiket online yang PT. PELNI (Persero) dapat menarik minat masyarakat sehingga penjualan tiket PT. PELNI meningkat secara signifikan. Bisa dilihat dari grafik persentase perbulan pada tahun 2023 diantaranya yaitu:
  - November 19%
  - Desember 40%

Persentase Penjualan Tiket di Loket, Agen, dan Modern Channel  
Seluruh Cabang

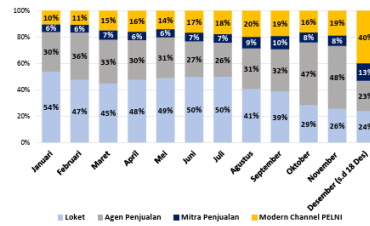


Persentase Penjualan Tiket Kapal Penumpang  
s.d 18 Desember 2023



No	Channel Pembelian	Jumlah Transaksi (penumpang)
1	Loket	1.902.248
2	Agen Penjualan	1.465.072
3	[Modern Channel PELNI] Website/PELNI Mobile/CC 162	738.792
4	[Mitra B2B] Mitra Penjualan	316.566

Perbandingan Penjualan Tiket Kapal PELNI  
Per Bulan



- Terjadi peningkatan trend penjualan tiket melalui modern channel PELNI (Website/Pelni Mobile/CC162)

**Gambar 5. 1 Data Peningkatan Penjualan Tiket per bulan tahun 2023**

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran sebagai kesempurnaan dan kelengkapan penulisan skripsi penulis, yaitu:

- PT. PELNI (Persero) harus memanfaatkan *cyber advertising* secara optimal yaitu dengan mengisi konten pada media sosial secara lebih kreatif dan mengikuti perkembangan tren misalnya bekerjasama dengan *influencer* yang sedang digemari oleh pengguna media sosial saat ini.
- Dalam pembelian tiket online lewat pelni mobile dan website alangkah baiknya jika ada penambahan fitur metode pembayaran *pay later* sehingga customer bisa terbantu melalui fitur tersebut.