BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan kegiatan magang di Plasa Telkom pada Divisi *Consumer Service* Area Bandung Barat berkenaan dengan proses pengelolaan di bagian *Sales* dan *Marketing* Speedy, penulis memperoleh kesimpulan bahwa:

1. Selama pertengahan tahun 2011 penjualan speedy di Plasa Telkom Cimahi mengalami penurunan karena tidak sesuai dengan target penjualan per bulan. Faktor utamanya adalah banyaknya persaingan yang telah menjamur sekarang ini. Selain itu, kebanyakan pelanggan yang sudah pasang kecewa dengan jaringan speedy yang lambat dan sering mengalami gangguan.
2. Dalam *marketing* speedy, penulis harus mampu mempelajari dan memahami semua tentang speedy, jaringan internet, jenis paket dan tarif, *product conten*ts, serta promo-promo yang ditawarkan. Tujuannya adalah apabila mendapatkan pertanyaan dari konsumen tentang speedy (baik jenis, tarif, promo, dan syarat-syarat pemasangan), *marketers* tidak bingung menjawab pertanyaan tersebut.
3. Strategi pemasaran speedy seperti *outbound call, door to door, open table,* dan program edukasi yang dimiliki perusahaan sekarang ini merupakan strategi yang

tepat dalam menghadapi banyaknya pesaing dunia teknologi internet yang menjamur. Perusahaan juga harus lebih memikirkan lagi cara mempertahankan pengguna atau pelanggan speedy untuk tetap menggunakan speedy. Sekarang ini, TELKOM mengeluarkan produk baru yaitu Speedy Flash dimana speedy bekerjasama dengan Telkomsel. Dan ini menjadi kesempatan untuk menarik pelanggan dalam mencapai target penjualan tiap bulannya

4. Dengan adanya ADO (Analisis Daerah Operasi) sangat membantu perusahaan dalam menentukan target pemasangan speedy dan melihat potensi-potensi daerah yang layak atau pantas menjadi target pemasangan speedy, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan.
5. Dalam melakukan penginputan data pelanggan PSB terdapat adanya kendala, seperti pelanggan yang menginginkan pemasangan speedy tidak terdapat jaringan dalam RK yang dapat dilihat di portal *Customer Operation Center* (COC) sehingga dengan tidak adanya jaringan tersebut, maka perusahaan tidak bisa melanjutkan dalam penginputan data pelanggan PSB dan pemasangan speedy tersebut. Akibatnya, terjadi penundaan dalam pemasangan speedy ke pelanggan tersebut. Selain itu, sering juga terjadinya pembatalan pemasangan speedy tanpa adanya konfirmasi terlebih dahulu pada saat setelah proses penginputan dilakukan.

4.2 Saran

4.2.1 Bagi Divisi *Consumer Service* Area Bandung Barat

- Memotivasi *marketers* agar dapat meningkatkan penjualan dalam mencapai target penjualan serta meningkatkan pendapatan perusahaan. Misal, dengan memberi *reward* berupa bonus. Perusahaan perlu menambah strategi-strategi pemasaran baru atau pengembangan produk agar menjadi perusahaan teknologi jaringan inernet yang unggul dari para pesaing teknologi jaringan internet lainnya. Selain itu, perusahaan lebih sering melakukan maintenance jaringan speedy agar tidak terlalu sering mengalami gangguan sehingga meminimalisir komplain dari pelanggan. Sebaiknya perusahaan harus lebih cepat lagi dalam merespon *claim* yang telah diajukan oleh konsumen sehingga menghindari ketidakpuasan pelayanan.
- Atasan harus lebih sering mengadakan rapat sosialisasi tentang speedy atau penentuan tarif dan promo baru, serta pengarahan yang diberikan harus efektif dan efisien.
- Perusahaan harus mempertahankan strategi pemasaran speedy yang sudah ada dan melakukan inovasi atau pengembangan produk. Selain itu, perusahaan lebih sering mengadakan promo dan memberikan *reward* kepada pelanggan lama agar pelanggan tetap setia menjadi pengguna speedy. Tidak hanya itu, tarif speedy yang ditetapkan perusahaan harus sesuai dengan segmentasi pasar dan kualitas produk.

- Meningkatkan aktivitas pelaksanaan Analisis Daerah Operasi agar mengetahui potensi-potensi daerah yang strategis dan tepat menjadi target pemasangan speedy.
- Sebelum melakukan penginputan data pelanggan PSB, sebaiknya perusahaan mengkonfirmasi pelanggan yang benar-benar ingin melakukan pemasangan speedy atau yang sudah *fix* saja agar penginputan sesuai dengan lapangan.

4.2.2 Bagi Universitas Komputer Indonesia

- Perlunya kerjasama yang baik dengan perusahaan-perusahaan, khususnya pada bidang telekomunikasi dan bisnis agar dapat memudahkan para mahasiswa/i untuk dapat melakukan kegiatan magang.
- Memberikan sosialisasi atau pembekalan mengenai magang atau dunia kerja sebelum mahasiswa/i melakukan kegiatan magang. Sehingga mahasiswa memiliki gambaran mengenai dunia kerja dan tidak mengalami kebingungan serta mampu memberikan karya di tempat magangnya.
- Adanya pengawasan dari pihak institusi yang memonitor peserta magang saat melaksanakan kegiatan magang sebagai bentuk perhatian dan tanggung jawab secara akademik.