

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan



Salah satu misi PT. TELKOM dalam memberikan layanan ialah dengan memberikan jaminan bahwa pelanggan mendapat pelayanan terbaik berupa kemudahan, produk dan jaringan yang berkualitas dengan harga yang kompetitif. Untuk mencapai hal tersebut, PT. TELKOM memberikan layanan berupa *customer relationship*. Manajemen hubungan pelanggan yang diyakini oleh PT. TELKOM meliputi tiga aspek penting, yaitu layanan, pemasaran dan penjualan.

PT. TELKOM menerapkan tiga program CRM yang meliputi program Customer Value, program Operasional dan program Analitik. Untuk mendekatkan diri dengan pelanggan PT. TELKOM menemukan cara yang baru yaitu Myindihome. Melalui layanan ini pelanggan mendapat beberapa kemudahan, di antaranya informasi tagihan, fitur tambahan, permohonan instajagstel, klaim jastel dan lapor gangguan.

PT. TELKOM Cabang Bukittinggi menerapkan proses CRM untuk menarik konsumen menjadi loyal. Proses tersebut meliputi mengenali berbagai kebutuhan, mengenali berbagai produk yang dapat memenuhi kebutuhan, menyukai produk secara selektif, melakukan pembelian produk yang disukai, menggunakan produk tersebut dan melakukan evaluasi berdasarkan pengalaman pelanggan. Selain itu, penerapan proses CRM

tersebut juga memberikan tujuan dan manfaat. Adapun manfaatnya ialah mengetahui secara langsung apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan, memahami perilaku pembelian pelanggan untuk menentukan metode penjualan, mendapatkan profit yang menguntungkan jika memaksimalkan usaha memuaskan pelanggan, tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan lama dan menciptakan pelanggan yang loyal.

Tujuan dalam penerapan CRM ini ialah agar mengenali dan memercayai pelanggan dengan baik, menciptakan keunggulan kompetitif, dan memberikan panduan dalam menggunakan teknologi dan sumber daya manusia. Selain hal tersebut, PT. TELKOM Cabang Bukittinggi menerapkan cara untuk mengukur kepuasan pelanggan. Cara tersebut meliputi pembentukan tim survei konsumen dan memonitori serta menganalisis penyebab pelanggan berhenti berlangganan. Kemudian, unsur yang digunakan dalam pelayanan yang mendukung penerapan CRM pada PT. TELKOM ialah unsur *tangible* (berwujud), unsur *reliability* (keandalan), unsur *responsiveness* (ketanggapan), unsur *assurance* (jaminan) dan unsur *empaty* (empati).

Meskipun PT. TELKOM Cabang Bukittinggi telah melakukan proses CRM, namun tetap ditemukan berbagai kendala. Kendala tersebut ialah ditemukannya karyawan yang menggunakan fasilitas kantor untuk kepentingan pribadi, misalnya dalam menggunakan telepon kantor. Selain itu, Myindihome ialah dalam proses registrasi.

5.2 Saran

Adapun saran untuk kendala yang terjadi pada PT. TELKOM Cabang Bukittinggi yaitu :

1. Pihak PT. TELKOM cabang Bukittinggi memberikan tegasan kepada setiap karyawan untuk tidak menggunakan fasilitas kantor untuk keperluan pribadi contoh : seperti memakai telepon kantor saat jam kerja sedang berlangsung untuk keperluan pribadi.
2. Apabila karyawan PT. TELKOM Cabang Bukittinggi didapatkan seperti yang disampaikan diatas agar dapat sebaiknya diberikan surat peringatan supaya karyawan jera dengan apa yang telah dilakukannya terhadap fasilitas kantor.
3. Untuk aplikasi Myindihome, sebaiknya dalam melakukan registrasi dipermudah dengan cara yang sederhana saja, dimana dalam aplikasi Myindihome saat melakukan registrasi sangat susah dengan syarat yang di minta. Contoh : menggunakan email, password , no telepon dan ktp. Untuk no yang di daftarkan dalam registrasi hanya bisa satu kali saja.
4. Meningkatkan jaringan kabel telphon/ internet diseluruh daerah Bukittinggi menjadi FTTI (jaringan berkualitas tinggi) agar setiap pelanggan merasa puas dengan jaringan yang cepat, dan mengurangi keluhan pelanggan.

5. Mengatasi dengan segera kendala mengenai pemenuhan kabel jaringan telphon di beberapa daerah Bukittinggi, agar setiap calon pelanggan yang ingin bergabung dengan Telkom tidak mendapat kendala dan menimbulkan *image/* pandangan negatif pada awal transaksi.

