

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada era digital yang semakin kompetitif, industri telekomunikasi di Indonesia, khususnya PT. Telkomsel Padang, menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Perubahan perilaku konsumen akibat kemajuan teknologi menuntut perusahaan untuk tidak hanya fokus pada pengembangan produk dan layanan, tetapi juga pada strategi yang mampu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam konteks ini, implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* menjadi salah satu faktor kunci utama yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

CRM tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengelola data pelanggan, tetapi juga sebagai pendekatan strategis yang memungkinkan perusahaan memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku pelanggan secara mendalam. Kualitas pelayanan yang prima merupakan fondasi penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan cenderung untuk tetap setia, melakukan pembelian ulang, dan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diartikan sebagai tindakan perusahaan untuk meningkatkan mutu produk maupun jasa yang diberikan guna memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat para ahli seperti Kotler, Tjiptono, dan Sualang yang menekankan pentingnya kualitas pelayanan dalam

membangun persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan. Implementasi CRM di PT. Telkomsel Padang dilakukan secara terintegrasi dengan memanfaatkan teknologi digital dan data analitik.

PT. Telkomsel Padang aktif mengembangkan sistem CRM yang terhubung dengan berbagai platform digital seperti aplikasi MyTelkomsel, media sosial, dan pusat layanan pelanggan. Pendekatan omnichannel ini memberikan pengalaman yang konsisten dan *personal* bagi pelanggan, sehingga memudahkan mereka dalam mengakses berbagai layanan dan informasi. Selain itu, Telkomsel juga melakukan analisis sentimen secara *real-time* untuk mendeteksi keluhan pelanggan, sehingga dapat segera ditangani sebelum berkembang menjadi masalah yang lebih besar.

Program loyalitas seperti Telkomsel Points juga menjadi salah satu upaya strategis dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Program ini terus diperbarui dengan menawarkan reward yang lebih bervariasi dan relevan sesuai dengan preferensi pelanggan. Melalui program ini, pelanggan merasa dihargai dan lebih termotivasi untuk tetap menggunakan layanan Telkomsel. Selain itu, Telkomsel juga rutin mengadakan acara *gathering*, *talkshow*, dan pemberian hadiah sebagai bentuk apresiasi kepada pelanggan setia. Transformasi digital yang dijalankan oleh Telkomsel Padang sejak tahun 2023 telah memberikan dampak positif terhadap penetrasi layanan digital di Sumatera Barat. Peningkatan layanan digital tidak hanya memperkuat posisi Telkomsel sebagai pemimpin pasar, tetapi juga mendukung program pemerintah dalam mewujudkan masyarakat digital yang inklusif. Inovasi dalam pengembangan jaringan 4G dan 5G, serta perluasan layanan ke wilayah perkotaan dan pedesaan, menunjukkan komitmen Telkomsel dalam memberikan akses komunikasi yang merata

dan berkualitas bagi seluruh masyarakat. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya adaptasi strategi CRM terhadap karakteristik pasar lokal di Kota Padang. Pemahaman mendalam terhadap budaya dan preferensi pelanggan lokal memungkinkan Telkomsel untuk merancang program dan layanan yang lebih tepat sasaran. Hal ini menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan Telkomsel dalam membangun loyalitas pelanggan di wilayah Sumatera Barat yang memiliki dinamika pasar yang unik.

Menurut observasi, penelitian ini membuktikan bahwa implementasi kualitas pelayanan CRM yang baik berdampak langsung pada peningkatan loyalitas pelanggan. Indikator loyalitas pelanggan yang diukur meliputi pembelian ulang, ketahanan terhadap pengaruh pesaing, dan rekomendasi positif kepada orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan dan program CRM yang diberikan cenderung untuk tetap setia dan tidak mudah berpindah ke layanan pesaing.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi penting bagi pengembangan bisnis Telkomsel Padang. Temuan yang dihasilkan dapat dijadikan acuan dalam merancang strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan yang lebih efektif di era digital. Pengelolaan hubungan pelanggan yang baik tidak hanya meningkatkan loyalitas, tetapi juga berdampak pada peningkatan profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang.

Keberhasilan implementasi CRM di PT. Telkomsel Padang tidak terlepas dari dukungan sumber daya manusia yang kompeten dan berorientasi pada pelayanan pelanggan. Pelatihan dan pengembangan keterampilan digital bagi karyawan menjadi faktor penting dalam menciptakan pelayanan yang prima.

Selain itu, budaya perusahaan yang customer-centric perlu terus diperkuat agar setiap karyawan memahami pentingnya peran mereka dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa implementasi kualitas pelayanan CRM di PT. Telkomsel Padang telah berhasil meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang *personal*, responsif, dan berbasis teknologi digital. Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa strategi CRM yang terintegrasi dan adaptif terhadap kebutuhan pelanggan mampu memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di tengah persaingan industri telekomunikasi yang semakin ketat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, disarankan agar PT. Telkomsel Padang terus memperkuat inovasi digital dalam pengelolaan CRM dan kualitas pelayanan. Pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan dan data analitik yang lebih mendalam dapat membantu perusahaan dalam memprediksi kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan yang lebih proaktif serta *personal*. Selain itu, perusahaan perlu memastikan bahwa kualitas pelayanan tetap konsisten di semua saluran, baik online maupun *offline*, dengan melakukan pelatihan berkala bagi karyawan dan peningkatan fasilitas layanan pelanggan.

Program loyalitas seperti Telkomsel Points sebaiknya terus diperbarui dengan *reward* yang lebih variatif dan sesuai dengan perkembangan kebutuhan pelanggan. Penambahan fitur-fitur baru yang menarik dapat meningkatkan partisipasi dan *engagement* pelanggan dalam program loyalitas tersebut.

PT. Telkomsel Padang juga disarankan untuk memperluas kolaborasi dengan mitra lokal, seperti pelaku UMKM dan komunitas digital, guna menciptakan ekosistem digital yang lebih inklusif dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Pemantauan dan evaluasi berkala terhadap implementasi CRM dan kualitas pelayanan perlu dilakukan secara rutin, serta feedback dari pelanggan harus dijadikan dasar untuk perbaikan layanan secara berkelanjutan. Pengembangan sumber daya manusia yang kompeten dan berorientasi pada pelayanan pelanggan harus menjadi prioritas utama. Pelatihan *soft skill* dan *digital skill* secara rutin akan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Selain itu, budaya perusahaan yang berfokus pada pelanggan harus terus diperkuat di semua lini organisasi agar setiap karyawan memahami pentingnya peran mereka dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Keamanan dan privasi data pelanggan juga harus menjadi perhatian utama dalam era digital. PT. Telkomsel Padang harus memastikan bahwa data pelanggan dikelola dengan aman dan sesuai dengan regulasi yang berlaku, sehingga kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan tetap terjaga.

PT. Telkomsel Padang harus selalu siap untuk menyesuaikan strategi CRM dan kualitas pelayanan sesuai dengan pasar dan perkembangan teknologi. Fleksibilitas dan adaptasi yang cepat akan menjadi kunci keberhasilan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di masa depan. Dengan komitmen yang kuat terhadap inovasi, pelayanan prima, dan kepuasan pelanggan, Telkomsel Padang dapat mempertahankan posisinya sebagai penyedia layanan telekomunikasi terkemuka di Sumatera Barat dan menghadapi tantangan persaingan di era digital dengan lebih percaya diri.