

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai penerapan dan tantangan *Relationship Marketing communication* yang dilakukan oleh Telkomsel dalam layanan data wisatawan kepada Dinas Pariwisata Sumatera Barat, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan *relationship marketing communication* yang dilakukan oleh Telkomsel dalam layanan data wisatawan kepada Dinas Pariwisata Sumatera Barat menunjukkan strategi komunikasi yang dirancang secara sistematis dan berorientasi jangka panjang. Sejak tahap awal, pendekatan dilakukan secara persuasif dan interpersonal melalui komunikasi yang bersifat informal dan dua arah. Proses akuisisi tidak didasarkan pada promosi satu arah atau paksaan, melainkan melalui dialog terbuka yang membangun rasa percaya antara kedua belah pihak. Retensi hubungan dijaga melalui praktik komunikasi yang responsif, pendampingan teknis, edukasi berkelanjutan, serta monitoring terhadap penggunaan sistem. Dalam praktiknya, Telkomsel juga mendorong pengembangan hubungan yang lebih erat melalui kolaborasi berbagi data, peningkatan fitur layanan berdasarkan masukan mitra, dan penciptaan nilai bersama (*value co-creation*). Semua proses ini mencerminkan penerapan *relationship marketing communication* yang berfokus pada pemeliharaan hubungan jangka panjang, saling mendukung, dan berbasis kepercayaan.

2. Hambatan dan tantangan dalam *relationship marketing communication*

Telkomsel dalam layanan data wisatawan kepada Dinas Pariwisata Sumatera Barat sebagian besar berasal dari faktor eksternal yang berkaitan dengan dinamika birokrasi dan keterbatasan anggaran. Pergantian kepala daerah atau kepala dinas membawa perubahan arah kebijakan, yang memaksa Telkomsel untuk mengulang proses komunikasi, penyesuaian strategi, bahkan re-edukasi terhadap mitra. Selain itu, perencanaan anggaran tahunan yang dimiliki oleh Dinas membatasi ruang untuk menjaga kesinambungan kerja sama secara konsisten. Dalam kondisi ini, Telkomsel harus bersikap fleksibel dan adaptif, baik dalam hal pendekatan komunikasi maupun penawaran solusi. Meskipun tantangan ini tidak dapat dihindari, strategi komunikasi yang terbuka, konsisten, dan empatik menjadi kunci dalam menjaga keberlangsungan hubungan kemitraan yang telah terbangun.

5.2 Saran

1. Telkomsel disarankan untuk terus memperkuat pendekatan komunikasi yang responsif, terbuka, dan personal dalam menjalin kerja sama dengan instansi pemerintah, khususnya Dinas Pariwisata Sumatera Barat. Mengingat dinamika birokrasi seperti pergantian kepala dinas dapat memengaruhi arah kerja sama, Telkomsel perlu mengantisipasi hal ini dengan menyiapkan strategi komunikasi jangka panjang yang mampu menjembatani transisi tersebut tanpa mengulang seluruh proses dari awal. Selain itu, fleksibilitas dalam menghadapi keterbatasan anggaran pemerintah menjadi hal yang penting. Telkomsel dapat mengembangkan skema kerja sama yang lebih adaptif, misalnya melalui paket layanan yang

disesuaikan dengan kemampuan fiskal mitra pemerintah atau memberikan nilai tambah non-materi yang memperkuat kepercayaan dan loyalitas mitra. Peningkatan kualitas pendampingan teknis dan edukasi berkelanjutan kepada pihak Dinas juga perlu dipertahankan agar layanan yang diberikan dapat dimanfaatkan secara maksimal.

2. Dinas Pariwisata Sumatera Barat diharapkan dapat lebih proaktif dalam mempertahankan kesinambungan kerja sama dengan pihak swasta seperti Telkomsel, terutama dalam pemanfaatan teknologi data wisatawan yang telah terbukti mendukung perencanaan pariwisata daerah. Agar kerja sama tidak terhenti akibat keterbatasan anggaran atau pergantian kepemimpinan, Dinas dapat menyusun mekanisme transisi yang memastikan program prioritas tetap berjalan meskipun terjadi perubahan struktural. Dinas juga disarankan untuk lebih intensif dalam memberikan masukan yang konstruktif kepada Telkomsel agar sistem yang dikembangkan dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan aktual di lapangan. Di samping itu, membuka peluang kerja sama lintas operator juga dapat menjadi strategi penguatan data, dengan tetap menjadikan Telkomsel sebagai mitra utama berdasarkan pengalaman dan kredibilitas kerja sama yang telah terbukti.
3. Penelitian ini berfokus pada aspek komunikasi dalam *relationship marketing* antara Telkomsel dan Dinas Pariwisata Sumatera Barat dalam konteks layanan data wisatawan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup dengan membandingkan implementasi *relationship marketing communication* di instansi pemerintah lain atau dengan mitra swasta lainnya untuk melihat pola, perbedaan, dan faktor keberhasilan kerja

sama B2G secara lebih menyeluruh. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat mengkaji lebih dalam pengaruh hubungan interpersonal secara individu antar aktor organisasi terhadap keberlangsungan kerja sama institusional. Penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei kepada lebih banyak informan di sektor publik maupun privat juga dapat memberikan perspektif yang lebih luas terkait efektivitas model komunikasi dalam hubungan kemitraan strategis.

