

BAB V

PENUTUP

Pada bagian akhir ini, penulis menarik beberapa kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan yaitu mengenai Peningkatan Pencapaian Rekrutmen Peserta Penerima Upah (PPU) Badan Usaha melalui Penerapan Metode *Telemarketing* di BPJS Kesehatan Cabang Pekanbaru. Penulis juga akan memberikan saran-saran yang bersifat membangun yang diharapkan dapat berguna bagi instansi dimasa yang akan datang.

5.1. Kesimpulan

Setelah melaksanakan magang ini, dan melihat bagaimana cara kerja dengan sistem *telemarketing* dalam peningkatan pencapaian rekrutmen Peserta Penerima Upah (PPU) Badan Usaha melalui penerapan metode *telemarketing* di BPJS Kesehatan Cabang Pekanbaru, maka dalam hal ini penulis menarik kesimpulan antara lain:

1. Terdapat struktur organisasi dengan memiliki batasan yang jelas dan sederhana dalam melaksanakan wewenang dan tanggung dengan memisahkan fungsi.
2. Penggunaan *telemarketing* sebagai salah satu upaya yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Cabang Pekanbaru untuk meningkatkan jumlah Peserta Penerima Upah (PPU) Badan Usaha.
3. Kegiatan *telemarketing* yang dilakukan bertujuan untuk menggali informasi dari Badan Usaha, terkait dengan pengumpulan data jumlah karyawan di perusahaan tersebut baik itu jumlah karyawan baru ataupun

karyawan yang belum didaftarkan.

4. Sasaran dari *telemarketing* yang dilakukan oleh RO adalah badan usaha baru yang sama sekali belum terdaftar kepesertaan karyawannya, dan badan usaha yang telah terdaftar namun memiliki data karyawan yang belum diperbarui atau di *upgrade*.
5. Target *telemarketing* untuk Badan Usaha eksisting berjumlah 10 Badan Usaha setiap harinya. Namun yang menjadi kendala adalah Badan Usaha yang termasuk ke dalam OSS sering kali tidak dapat dihubungi karena nomor telepon yang diberikan tidak valid.
6. Sumber yang digunakan dalam kegiatan *telemarketing*, yaitu *Online Single Submission (OSS)* yang dikoordinasikan dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP).
7. Beberapa permasalahan yang sering dihadapi oleh RO dan PTT RO dalam melakukan *telemarketing*, yaitu tidak bisa bertatap muka, waktu yang tidak tepat, data yang diberikan oleh badan usaha tidak valid, dan kesulitan dalam menghubungi PIC.
8. Ada dua keuntungan dalam melakukan *telemarketing*, yaitu mampu menghubungi badan usaha berkali-kali (intensitas komunikasi) tanpa harus melakukan kunjungan langsung ke Badan Usaha sehingga dapat menghemat waktu, dan menghemat biaya operasional.
9. Upaya yang dilakukan dalam menghadapi permasalahan *telemarketing* adalah meningkatkan kompetensi *Relationship Officer (RO)*, dan mulai menyusun jadwal *telemarketing* untuk menghubungi badan usaha.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah disebutkan oleh penulis di atas, maka hal-hal yang perlu dilakukan dalam upaya peningkatan peserta penerima upah (PPU) badan usaha melalui *telemarketing* adalah meningkatkan lagi kemampuan komunikasi (*Public Speaking*) dan kemampuan mendengar (*Skill Listening*) dari RO dan PTT RO. Jika terjadinya komunikasi dua arah yang lebih baik dan lebih bagus, maka RO akan mengetahui apa yang diinginkan oleh PIC atau HRD Badan Usaha tersebut, yang nantinya para PIC dari badan usaha tersebut mau memberikan data-data yang diperlukan oleh RO dengan benar dan bertanggung jawab.

