

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, secara keseluruhan penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

6.1.1. Persepsi Pelanggan “Mentari Cell” Akan Setiap Atribut Operator Telepon Seluler Prabayar GSM

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa persepsi pelanggan “Mentari Cell” akan setiap atribut operator telepon seluler prabayar GSM adalah sebagai berikut:

6.1.1.1. Atribut *Availability*

6.1.1.1.1. Sub-variabel Kemudahan Mendapatkan Produk

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah TRI INDONESIA..

6.1.1.1.2. Sub-variabel Kemudahan Melakukan Isi Ulang Pulsa / Kuota

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah TRI INDONESIA.

6.1.1.2. Atribut *Cost*

6.1.1.2.1. Sub-variabel Tarif Telepon Sesama Operator Termurah

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah TRI INDONESIA.

6.1.1.2.2. Sub-variabel Tarif Telepon Ke Operator Lain Termurah

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah INDOSAT.

6.1.1.2.3. Sub-variabel Tarif Internet Termurah

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah INDOSAT.

6.1.1.3. Atribut *Plan Customization*

6.1.1.3.1. Sub-variabel Variasi Paket Untuk Telepon dan SMS

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah TRI INDONESIA.

6.1.1.3.2. Sub-variabel Variasi Paket Untuk Internet

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah INDOSAT.

6.1.1.4. Atribut *Customer Service*

6.1.1.4.1. Sub-variabel Customer Service Teramah

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah TELKOMSEL

6.1.1.4.2. Sub-variabel Ketepatan Customer Service dalam Menyelesaikan Masalah

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah TELKOMSEL

6.1.1.4.3. Sub-variabel Kecepatan Customer Service dalam Menyelesaikan Masalah

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah TELKOMSEL

6.1.1.4.4. Sub-variabel Kemudahan Menghubungi Call Center

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah TELKOMSEL

6.1.1.5. Atribut Fidelity

6.1.1.5.1. Sub-variabel Informasi Terjelas Mengenai Pulsa dan Masa Aktif

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah INDOSAT

6.1.1.5.2. Sub-variabel Informasi Tentang Promosi / Himbauan

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah INDOSAT

6.1.1.6. Atribut *Reliability and Usability*

6.1.1.6.1. Sub-variabel Jangkauan Sinyal Terluas

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah TELKOMSEL

6.1.1.6.2. Sub-variabel Kejernihan Suara

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah TELKOMSEL

6.1.1.6.3. Sub-variabel Sinyal Terkuat

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah TELKOMSEL

6.1.1.6.4. Sub-variabel Akses Internet Tercepat

Penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” dalam sub-variabel operator telepon seluler prabayar GSM ini adalah TELKOMSEL

6.1.2. Persepsi Pelanggan “Mentari Cell” akan Setiap Penyedia Jasa Operator Telepon Seluler Prabayar GSM

Dalam penelitian ini didapat bahwa persepsi pelanggan “Mentari Cell” akan setiap penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM terhadap setiap atribut operator telepon seluler prabayar GSM adalah sebagai berikut:

6.1.2.1. INDOSAT

INDOSAT memiliki atribut yang sangat mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell”, hal ini terlihat dari adanya atribut produk yang mendapatkan *ranking* pertama dalam benak konsumen. Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa INDOSAT dipersepsikan cukup baik, terutama kita dapat melihat dalam hal *cost*, *plan customization*, *customer service*, dan *fidelity* Kartu INDOSAT dapat menjadi pilihan jika ingin memiliki *provider* yang secara variasi paket dan informasi cukup baik dan secara harga murah.

6.1.2.2. XL

XL adalah penyedia jasa layanan operator telepon seluler prabayar GSM yang dipersepsikan memiliki keseluruhan atribut operator telepon seluler prabayar GSM yang cukup buruk di benak responden walaupun masih ada beberapa variabel yang masih unggul. Lebih banyak unggul dalam variabel *reliability and usability*, adalah salah kelebihan XL yang berarti secara kualitas produk, XL sudah cukup baik. Hanya saja beberapa variabel lainnya masih kalah bersaing. Kartu XL dapat menjadi pilihan jika ingin memiliki *provider* yang cukup unggul di kualitas produk namun tidak terlalu mahal.

6.1.2.3. TELKOMSEL

TELKOMSEL dipersepsikan memiliki keseluruhan atribut produk yang paling mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell” terkecuali dalam variabel *availability* dan *cost*. TELKOMSEL menjadi pilihan yang tepat untuk konsumen yang mencari kualitas kenyamanan dalam telekomunikasi dan tidak begitu terpengaruh dari segi biaya yang dikeluarkan.

6.1.2.4. TRI INDONESIA

TRI INDONESIA memiliki atribut yang sangat mendekati harapan pelanggan “Mentari Cell”, hal ini terlihat dari adanya atribut operator telepon seluler prabayar GSM yang mendapatkan *ranking* pertama dalam benak konsumen yaitu sub-variabel kemudahan mendapatkan produk dan isi ulang pulsa / kuota, tarif murah untuk telepon sesama operator, dan variasi paket SMS dan telepon. Hal ini dapat mengindikasikan apabila pelanggan mencari penyedia jasa operator telepon seluler dengan mengincar tarif yang cukup murah, TRI INDONESIA dapat menjadi pilihannya.

6.1.3. Penerapan Penggunaan Peta Persepsi dalam Mengembangkan Atribut Operator Telepon Seluler Prabayar GSM

Dengan mendapatkan penyedia jasa operator seluler prabayar GSM yang mendekati harapan dari pelanggan “Mentari Cell”, maka kita dapat mengembangkan produk yang sesuai dengan harapan pelanggan “Mentari Cell”. Untuk melakukan pengembangan tersebut maka telah didapatkan penyedia jasa operator seluler prabayar GSM terbaik menurut setiap atribut operator seluler prabayar GSM yang ditentukan yaitu seperti tabel di bawah ini

Tabel 6.1

**Penyedia Jasa Operator Telepon Seluler GSM Terbaik secara Atribut Operator
Telepon Seluler GSM**

<i>Kategori</i>			<i>Penyedia Jasa Operator Selular</i>
Row 1	Availability	Kemudahan mendapatkan produk	TRI INDONESIA
Row 2		Kemudahan melakukan isi ulang pulsa / kuota	TRI INDONESIA
Row 3	Cost	Tarif telepon sesama operator termurah	TRI INDONESIA
Row 4		Tarif telepon ke operator lain termurah	INDOSAT
Row 5		Tarif internet termurah	INDOSAT
Row 6	Plan Customizati on	Variasi paket untuk telepon dan SMS	TRI INDONESIA
Row 7		Variasi paket untuk internet	INDOSAT
Row 8	Customer Service	<i>Customer Service</i> teramah	TELKOMSEL
Row 9		Ketepatan <i>Customer Service</i> dalam menyelesaikan masalah	TELKOMSEL
Row 10		Kecepatan <i>Customer Service</i> dalam menyelesaikan masalah	TELKOMSEL
Row 11		Kemudahan menghubungi <i>Call Center</i>	TELKOMSEL
Row 12	Fidelity	Informasi terjelas mengenai pulsa dan masa aktif	INDOSAT
Row 13		Informasi tentang promosi / himbauan	INDOSAT
Row 14	Reliability and Usability	Jangkauan sinyal terluas	TELKOMSEL
Row 15		Kejernihan suara	TELKOMSEL
Row 16		Sinyal terkuat	TELKOMSEL
Row 17		Akses internet tercepat	TELKOMSEL

Sumber : Pengolahan data oleh penulis

Mengacu pada tabel 6.1 ini, sebaiknya para penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM baik INDOSAT, XL, TELKOMSEL dan TRI INDONESIA menemukan strategi yang tepat untuk pengembangan produknya ke depan. Secara keseluruhan, memang TELKOMSEL berhasil unggul 8 kategori sub-variabel dari total 17 kategori sub-variabel. TELKOMSEL pun sebaiknya menyiasati untuk 9 kategori sub-variabel yang menjadi kelemahan mereka dikarenakan pesaing – pesaing lainnya pun sama – sama mencari *momentum* yang tepat untuk merebut tahta TELKOMSEL. Seperti INDOSAT dengan menguasai 5 kategori sub-variabel, dan TRI INDONESIA yang berhasil menguasai 4 kategori sub-variabel. Sedangkan XL harus mulai mengevaluasi kinerja mereka. Pasalnya XL yang pada kenyataannya adalah pesaing dari TELKOMSEL namun pada hasil diatas XL tidak dapat memberikan kesan yang sesuai dengan harapan pelanggan “Mentari Cell”.

6.2. Saran

Ketergantungan masyarakat terhadap penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM dan produk yang diberikan sudah mencapai level saling bergantung. Masyarakat tidak dapat lepas dari produknya dan penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM juga tidak mau melepas konsumennya terhadap pesaingnya. Dengan mengetahui keadaan sesungguhnya menurut penelitian ini dan melakukan evaluasi untuk menentukan strategi, maka sebenarnya dominasi TELKOMSEL dapat dikalahkan. Beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada masing – masing penyedia jasa operator telepon seluler prabayar GSM

6.2.1. INDOSAT

Ada beberapa hal yang harus diperbaiki dan yang harus dipertahankan oleh INDOSAT jika mereka ingin bersaing sebagai penyedia jasa operator telepon seluler. Hal – hal berikut yang sebaiknya INDOSAT lakukan sebagai langkah perbaikan / pengembangan berdasarkan persepsi pelanggan “Mentari Cell”

- a. Sub-variabel kemudahan mendapatkan produk, jangkauan sinyal, kekuatan sinyal, dan akses internet merupakan sub-variabel yang buruk dimata pelanggan “Mentari Cell” yaitu menempati peringkat ketiga. Atribut *reliability and usability* sebaiknya menjadi bahan evaluasi kembali dan dikembangkan jika INDOSAT ingin mengalahkan XL dan TELKOMSEL. Pasalnya tiga dari empat sub-variabel tersebut menempati posisi yang sangat tidak menguntungkan bagi penyedia jasa operator selular. Atribut ini merupakan *core product* dari bisnis jasa operator. Maka dari itu, fokus perbaikan ini perlu diperhatikan serius oleh INDOSAT agar dapat unggul dari para pesaingnya.
- b. Sub-variabel kemudahan melakukan isi ulang pulsa / kuota, tarif telepon sesama operator, variasi paket telepon dan SMS, keramahan *customer service*, ketepatan dan kecepatan *customer service* dalam menyelesaikan masalah, kemudahan menghubungi *customer service*, dan kejernihan suara saat bertelepon merupakan sub-variabel yang dipersepsikan cukup baik oleh pelanggan “Mentari Cell”. Sebaiknya sub-variabel ini menjadi perhatian lebih untuk INDOSAT dikarenakan sub-variabel ini lebih banyak berhubungan langsung dengan pelanggan dan sangat berdampak pula pada kepuasan konsumen dan loyalitas.
- c. Sub-variabel tarif telepon ke operator lain, tarif internet, variasi paket internet, informasi mengenai pulsa dan masa aktif, dan informasi tentang promosi sudah dipersepsikan baik oleh pelanggan “Mentari Cell”. INDOSAT dinilai cukup sukses membaca perubahan zaman dimana *handphone smartphone* sangat mendominasi dan kebutuhan akan sub-variabel tersebut meningkat seiring perubahan tersebut.

6.2.2. XL

Ada beberapa hal yang harus diperbaiki dan yang harus dipertahankan oleh XL jika mereka ingin bersaing sebagai penyedia jasa operator telepon seluler. Hal – hal berikut yang sebaiknya XL lakukan sebagai langkah perbaikan / pengembangan berdasarkan persepsi pelanggan “Mentari Cell”

- a. Sub-variabel informasi mengenai pulsa, masa aktif, dan promosi dinilai oleh pelanggan “Mentari Cell” sebagai kelemahan utama XL. Maka dari itu XL harus segera melakukan evaluasi dan pengembangan agar dapat terus bersaing dengan penyedia jasa operator telepon seluler prabayar lainnya.
- b. Sub-variabel kemudahan melakukan isi ulang pulsa / kuota, tarif telepon sesama dan lain operator, tarif internet, variasi paket telepon, SMS maupun internet, layanan *customer service*, dan kejernihan suara merupakan sub-variabel yang lemah dimata pelanggan “Mentari Cell” yaitu menempati ranking ketiga. Walaupun tidak menempati posisi terbawah, namun XL harus melakukan perbaikan untuk sub-variabel ini dikarenakan posisi XL di penyedia jasa operator selular itu seharusnya menempati 2 terbesar. Berdasarkan penelitian ini juga, posisi XL memang dipersepsikan rata – rata diranking ketiga. Karena hal tersebut, perlu adanya evaluasi untuk XL agar dapat terus bersaing dengan operator – operator lainnya.
- c. Sub-variabel kemudahan mendapatkan produk, jangkauan sinyal, kekuatan sinyal, dan akses internet, merupakan sub-variabel yang sudah dipersepsikan cukup baik dimata pelanggan “Mentari Cell”. Secara *core product*, XL sudah memiliki modal yang cukup baik di variabel *reliability and usability*. Modal utama inilah yang harus selalu diperhatikan dan dijaga selalu oleh XL agar dapat memenangkan persaingan dikarenakan variabel *reliability and usability* memiliki pengaruh terbesar dalam persaingan operator selular.

6.2.3. TELKOMSEL

Ada beberapa hal yang harus diperbaiki dan yang harus dipertahankan oleh TELKOMSEL jika mereka ingin bersaing sebagai penyedia jasa operator telepon seluler. Hal – hal berikut yang sebaiknya TELKOMSEL lakukan sebagai langkah perbaikan / pengembangan berdasarkan persepsi pelanggan “Mentari Cell”

- a. Sub-variabel kemudahan mendapatkan produk, kemudahan melakukan isi ulang pulsa / kuota, tarif telepon sesama dan operator lain, tarif internet, variasi paket telepon, SMS dan internet merupakan sub-variabel yang dipersepsikan paling lemah dimata pelanggan “Mentari Cell”. Variabel *Availability*, *Cosi* dan *Plan Customization* menjadi variabel yang didominasi TELKOMSEL. Dari variabel *availability*, perlu ada perbaikan distribusi baik barang maupun informasi yang menyeluruh dari pusat sampai ke agen – agen penjual. Perbedaan tarif di setiap wilayah yang ditetapkan TELKOMSEL menjadi salah satu penyebab kesulitannya pelanggan untuk mendapatkan produk dan melakukan isi ulang pulsa / kuota. Variabel *cost*, perlu adanya inovasi baru untuk mensiasati tarif – tarif baik telepon maupun internet yang terlampau tinggi / mahal. Dengan range yang tidak terlalu jauh berbeda dengan pesaing, dapat dipastikan variabel *cost* ini tidak akan menjadi variabel yang dipersepsikan buruk oleh pelanggan. Variabel *plan customization*, minimnya paket – paket yang dirasa menguntungkan oleh pelanggan “Mentari Cell” menjadi faktor utama variabel ini menempati posisi terbawah. TELKOMSEL harus berinovasi agar pelanggan TELKOMSEL tertarik terhadap paket – paket yang disediakan oleh TELKOMSEL.
- b. Sub-variabel informasi mengenai pulsa, masa aktif, dan promosi / himbuan merupakan sub-variabel yang dipersepsikan kurang baik oleh pelanggan “Mentari Cell”. Sub-variabel ini tergabung dalam variabel *fidelity* dimana memang variabel ini perlu

dilakukan perbaikan agar pelanggan nyaman dalam penggunaan dan tidak tertinggal informasi sehingga timbul rasa kepuasan dalam penggunaan TELKOMSEL.

- c. Sub-variabel keramahan *customer service*, ketepatan dan kecepatan *customer service* dalam menyelesaikan masalah, kemudahan menghubungi *customer service*, jangkauan sinyal, kejernihan suara, kekuatan sinyal dan akses internet tercepat merupakan sub-variabel yang dipersepsikan sangat baik oleh pelanggan “Mentari Cell”. Semua sub-variabel ini memang sudah lama melekat di TELKOMSEL, namun perlu tetap dipertahankan keunggulan TELKOMSEL ini dikarenakan variabel – variabel ini terutama *reliability and usability*, merupakan modal utama sebuah operator seluler untuk merebut tahta TELKOMSEL.

6.2.4. TRI INDONESIA

Ada beberapa hal yang harus diperbaiki oleh TRI INDONESIA jika mereka ingin bersaing sebagai penyedia jasa operator telepon seluler. Hal – hal berikut yang sebaiknya TRI INDONESIA lakukan sebagai langkah perbaikan / pengembangan berdasarkan persepsi pelanggan “Mentari Cell”

- a. Sub-variabel keramahan *customer service*, kecepatan dan ketepatan *customer service* dalam menyelesaikan masalah, kemudahan menghubungi *call center*, jangkauan sinyal, kejernihan suara, kekuatan sinyal, dan kecepatan akses internet merupakan titik kelemahan TRI INDONESIA menurut pelanggan “Mentari Cell”. TRI INDONESIA harus mengembangkan sub-variabel ini dikarenakan sub-variabel tersebut terutama variabel *reliability and usability* merupakan komponen penting dalam hal kepuasan pelanggan. Jika tidak dikembangkan, maka akan berdampak pindahnya pelanggan ke penyedia jasa operator telepon seluler lainnya.

- b. Sub-variabel tarif telepon ke operator lain, tarif internet, variasi paket internet, informasi tentang pulsa dan masa aktif, dan informasi tentang promosi / himbauan merupakan sub-variabel yang dipersepsikan baik oleh pelanggan “Mentari Cell”. TRI INDONESIA harus terus menjaga dan terus melakukan inovasi lanjutan berkenaan dengan sub-variabel ini agar konsumen makin dipuaskan dan tidak berfikir untuk mengganti dengan operator pesaing.
- c. Sub-variabel kemudahan mendapatkan produk, kemudahan melakukan isi ulang pulsa / kuota, variasi paket telepon dan SMS merupakan sub-variabel yang dipersepsikan sangat baik oleh pelanggan “Mentari Cell”. TRI INDONESIA harus terus mempertahankan persepsi baik ini dengan terus berinovasi dan terus melakukan promosi lanjutan agar penyedia jasa operator telepon seluler prabayar lainnya tidak dapat mengalahkan sub-sub variabel ini agar TRI INDONESIA tetap diperhitungkan di peta persaingan penyedia jasa operator telepon seluler.

