BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih iM3-Smart ada 34 variabel, yaitu
 - a. Jangkauan Luas (mampu menjangkau seluruh wilayah Indonesia)
 - b. Fasilitas GPRS, blank number, transfer pulsa
 - c. Suara percakapan yang jernih dan tidak terputus-putus
 - d. Pulsa tidak hangus jika melewati masa aktif
 - e. Adanya fasilitas pemblokiran kartu jika terjadi kehilangan
 - f. Masa aktif dan tenggang pulsa yang relatif lama
 - g. Layanan perhitungan pulsa per 30/60 detik dan perhitungan dimulai detik ke-3
 - h. Ketepatan penyampaian SMS
 - i. Tingkat Keberhasilan panggilan telepon
 - j. Tingkat gangguan/kerusakan telepon yang rendah
 - k. Harga simcard yang relatif murah dan bersaing dengan operator lain
 - l. Tarif pulsa yang relatif murah dan bersaing dengan operator lain
 - m. Pemberian bonus langsung setiap pembelian paket perdana
 - n. Pemberian bonus penambahan jumlah pulsa pada pengisian waktu-waktu tertentu
 - o. Gratis biaya roaming nasional
 - p. Keakuratan/akurasi pemotongan pemakaian pulsa
 - q. Adanya kantor pusat di masing-masing daerah/wilayah
 - r. Counter-counter tersebar di banyak tempat
 - s. Pulsa dapat dibeli melalui ATM / mesin elektronik
 - t. Call center yang mudah dihubungi
 - u. Call Center yang selalu online di setiap waktu (24 jam sehari 7 hari seminggu)
 - v. Call Center yang cepat tanggap dalam setiap keluhan konsumen

-
- w. Staf/karyawan memiliki pengetahuan yang sama jika ada pertanyaan dari konsumen
 - x. Informasi melalui iklan di media cetak dan elektronik
 - y. Penyampaian informasi melalui acara hiburan secara langsung
 - z. Desain yang menarik dari packing perdana dan voucher
 - aa. Counter dan stand guide yang menarik minat konsumen
 - bb. Sistem antrian yang baik dan cepat di kantor pusat
 - cc. Ruang tunggu pelayanan yang nyaman di kantor pusat
 - dd. Penanganan gangguan/error yang cepat
 - ee. Layanan pemblokiran kartu dengan cepat dan birokrasi yang tidak terlalu panjang
 - ff. Kemudahan untuk migrasi dari prabayar ke pasca bayar
 - gg. Kemudahan mendapatkan paket perdana
 - hh. Kemudahan mendapatkan voucher isi ulang dalam berbagai variasi nilai voucher
2. Dari analisis lingkungan internal yang dilakukan dengan analisis SWOT, maka diketahui kekuatan (*strength*) yang dimiliki iM3-Smart terdapat 11 variabel. Sedangkan kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki iM3-Smart terdapat 23 variabel.
- Dari analisis lingkungan eksternal yang dilakukan dengan analisis SWOT maka dapat diketahui peluang (*opportunities*) yang ada terdapat 6 variabel. Sedangkan ancaman (*threats*) yang mempengaruhi iM3-Smart terdapat 5 variabel.
3. Strategi yang menjadi alternatif untuk dijalankan oleh iM3-Smart berdasarkan hasil dari SWOT Matrix adalah:
- a. Menjalin kerjasama dengan perusahaan ponsel
 - b. Pemberian hadiah/bonus kepada outlet yang berprestasi
 - c. Perluasan pasar
4. Dengan menggunakan matrix tahap akhir yaitu QSPM, maka diperoleh strategi utama untuk iM3-Smart yaitu menjalin kerjasama dengan perusahaan ponsel
-

6.2. Saran

Berdasarkan analisa hasil pengolahan data dan kesimpulan di atas, maka penulis mengajukan beberapa saran untuk dijadikan masukan bagi Perusahaan Indosat, Bandung dalam rangka meminimasi keluhan pelanggan.

Saran tersebut adalah:

- ✓ Faktor yang menjadi kelemahan iM3-Smart dari faktor produk adalah Jangkauan Luas (mampu menjangkau seluruh wilayah Indonesia), ketepatan penyampaian SMS sehingga Indosat perlu menambah BTS di daerah-daerah yang belum terangkau oleh iM3-Smart.
 - ✓ Faktor yang menjadi kelemahan iM3-Smart dari faktor price adalah dalam keakuratan/akurasi pemotongan pemakaian pulsa sehingga Indosat perlu meninjau ulang prosedur perhitungan batas pulsa dan waktu pemakaian pada iM3-Smart
 - ✓ Melakukan promosi yang menekankan / menonjolkan keunikan pada aspek produk yaitu pada variabel fasilitas layanan, seperti fitur, akses internet tarif pulsa dan lain-lain.
 - ✓ Memperbaiki maupun meningkatkan kualitas pelayanan yang telah ada, seperti menambah BTS guna memperluas jaringan dan memperkuat sinyal.
 - ✓ Memperluas pangsa pasar yaitu lebih ke menengah ke atas, sebab hasil penelitian ini menunjukkan pemakai iM3-Smart saat ini kebanyakan lebih mengarah pada sektor menengah ke bawah.
 - ✓ Untuk penelitian lanjutan, sebaiknya dilakukan analisis lingkungan eksternal, yaitu dengan cara mencari responden yang pernah atau sedang menggunakan kartu simcard GSM Prabayar (minimal 3) dengan resiko waktu yang digunakan akan lebih lama, sebab responden tersebut jarang sekali terjadi.
 - ✓ Variabel-variabel pada kuesioner sebaiknya dikaji ulang, agar jawaban dari kuesioner tersebut dapat lebih valid, yaitu tidak terdapatnya jawaban ganda, tidak mendapat jawaban yang mengada-ada (tidak sebenarnya terjadi).
-