

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dalam upaya untuk meningkatkan target penjualan, maka berdasarkan dari hasil analisis dan usulan perbaikan kerja dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis diketahui bahwa kriteria kualitas yang menjadi harapan konsumen terhadap *provider* GSM adalah terhadap variabel yang memiliki tingkat harapan konsumen yang tinggi. Ke-29 variabel tersebut adalah keluasan jangkauan telekomunikasi, kejernihan suara panggilan, kecepatan panggilan, kecepatan pengiriman sms ke berbagai operator, kecepatan penerimaan sms dari berbagai operator, konsistensi kekuatan sinyal di dalam kota, gangguan sinyal minimum, kestabilan kemudahan isi ulang pulsa, kestabilan keluasan jangkauan telekomunikasi, kestabilan kemudahan panggilan, kestabilan kecepatan panggilan, kestabilan kecepatan pengiriman sms ke berbagai operator, kestabilan kecepatan penerimaan sms dari berbagai operator, kestabilan gangguan sinyal minimum, kemudahan isi ulang pulsa, kemudahan panggilan, kecepatan penerimaan untuk dilayani petugas pelayanan di pusat pelayanan, keramahan petugas pelayanan di pusat pelayanan, kecepatan tanggapan petugas pelayanan di pusat pelayanan, ketepatan perhitungan akumulasi pemotongan pulsa, kemudahan menghubungi *call centre*, daya tahan kartu akibat gonta-ganti *handset*, perhatian terhadap saran dan keluhan pelanggan melalui *call centre*, masa aktivasi pulsa yang lama, kestabilan kejernihan suara panggilan, daya saing tarif telepon murah, daya saing tarif sms murah, daya saing program bonus dibandingkan *provider* lain, dan daya saing tersedianya berbagai nilai nominal pulsa dibandingkan *provider* lain.
- 2) Tingkat *Perceived Quality* 3 jika dilihat dari sudut pandang konsumen pengguna GSM berdasarkan uji hipotesis ketidakpuasan masih banyak

konsumen yang masih merasa belum puas terhadap kinerja 3, hal ini dapat diketahui dari variabel yang dirasa konsumen belum memuaskan ada sebanyak 30 variabel dari 48 variabel indikator *perceived quality* atau dengan kata lain harapan konsumen belum sepenuhnya dapat dipenuhi

- 3) Perbandingan *Perceived Quality* antara *provider GSM 3* dengan *provider GSM lainnya* (Telkomsel, Indosat, dan Excelcomindo) dapat dilihat pada *Importance Performance Analysis* (IPA) 6 kuadran. Dimana pada IPA 6 kuadran dapat dilihat bahwa terdapat 15 variabel yang mutlak unggul dibandingkan dengan operator GSM lainnya, dan 9 diantaranya memiliki tingkat kepentingan diatas rata-rata. Sedangkan pada posisi bersaing terdapat 20 variabel dan 13 diantaranya memiliki tingkat kepentingan diatas rata-rata.

Untuk tingkat performansi yang diberikan oleh operator GSM 3 dapat dilihat pada *Importance Performance Analysis* (IPA) 4 kuadran, disini dapat dilihat bahwa terdapat 15 variabel berada diatas rata-rata tingkat performansi dengan tingkat kinerja yang baik.

- 4) Usaha-usaha yang dapat dilakukan PT. *Hutchison CP Telecommunications (HCPT) Indonesia* Cabang Bandung agar *Perceived Quality 3* dapat lebih baik di mata konsumen dan dapat bersaing dengan *provider GSM lainnya* (Telkomsel, Indosat, Excelcomindo) di Bandung adalah sebagai berikut :
 - a) Usulan untuk menyamai pesaing yang didalamnya mencakup 7 variabel, yaitu :
 - o Kecepatan panggilan
 - o Kecepatan penerimaan sms dari berbagai operator
 - o Konsistensi kekuatan sinyal di dalam kota
 - o Gangguan sinyal minimum
 - o Kestabilan kemudahan panggilan
 - o Kestabilan kecepatan panggilan
 - o Kestabilan kecepatan pengiriman sms ke berbagai operator
 - b) Usulan untuk melebihi pesaing yang di dalamnya mencakup 13 variabel yaitu :

- Daya saing tarif telepon murah
 - Kemudahan panggilan
 - Ketepatan perhitungan akumulasi pemotongan pulsa
 - Masa aktivasi pulsa yang lama
 - Kejernihan suara panggilan
 - Kestabilan kejernihan suara panggilan
 - Daya saing tersedianya berbagai nilai nominal pulsa
 - Kecepatan pengiriman sms ke berbagai operator
 - Kestabilan kemudahan isi ulang pulsa
 - Kestabilan kecepatan penerimaan sms dari berbagai operator
 - Kestabilan gangguan sinyal minimum
 - Keluasan jangkauan telekomunikasi
 - Kestabilan keluasan jangkauan telekomunikasi
- c) Usulan untuk menyamai harapan konsumen yang didalamnya mencakup 3 variabel, yaitu :
- Kemudahan menghubungi *call center*
 - Perhatian terhadap saran dan keluhan pelanggan melalui *call center*
 - Daya tahan kartu terhadap goresan akibat gonta-ganti *handset*
- d) Usulan untuk mempertahankan kinerja secara kontinyu yang didalamnya mencakup 7 variabel, yaitu :
- Kemudahan isi ulang pulsa
 - Kecepatan penerimaan untuk dilayani oleh petugas pelayanan di pusat pelayanan
 - Keramahan petugas pelayanan di pusat pelayanan
 - Kecepatan tanggapan petugas pelayanan di pusat pelayanan
 - Daya saing tarif sms murah
 - Daya saing program bonus
- e) Usulan untuk meningkatkan *image*
- f) Usulan Tambahan

6.2 Saran

6.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Saran menyamai pesaing adalah dengan cara menambah atau memperbesar kemampuan pita *bandwidth*, menambah jumlah infrastruktur seperti BTS, BSS, BSC dan MSC. Untuk menghindari kesalahan setting *message centre* oleh konsumen yaitu dengan menyantumkan nomor *setting message centre* resmi di paket *starter pack*, sistem *smc* (sms centre) harus dirubah teknologinya dari sistem dengan jalur “*store and forward*” dengan sistem jalur “*first delivery attempt*”. Melakukan *maintenance* secara berkala terhadap infrastruktur (BTS, BSS, BSC, MSC, Node B, dll) yang ada, baik secara fisik (perawatan terhadap fisik dari infrastrukturnya) maupun non fisik (perawatan terhadap sistem yang ada di dalam jaringan infrastrukturnya) dan mengganti komponen infrasuktur dengan yang baru ketika umur ekonomisnya telah habis.

Saran untuk melebihi pesaing adalah lebih responsif terhadap kemungkinan penurunan tarif antar operator sehingga penurunan tarif yang telah ada sekarang bisa terjadi dan mengeluarkan jenis tarif tanpa ada batasan jam-jam atau syarat tertentu yang berpotensi membingungkan konsumen. dengan cara menambah atau memperbesar kemampuan pita *bandwidth*, menambah jumlah infrastruktur seperti BTS, BSS, BSC dan MSC, dan lain-lain. 3 lebih komunikatif lagi terhadap para pengguna dengan cara seperti mengeluarkan iklan di berbagai media massa mengenai tarif telepon, sms, dan segala sesuatu yang berkaitan dengan layanan 3 dengan jelas sehingga bisa meminimasi kemungkinan bingungnya konsumen oleh bahasa iklan yang menjebak. Saran lain ialah dengan mengeluarkan tarif tanpa syarat atau batasan jam-jam tertentu. menambah masa aktif dari variasi nominal pulsa yang ada sehingga memberi waktu tenggang untuk mengisi pulsa lebih lama. Untuk mengatasi Redaman yaitu dengan cara memberikan amplifier sehingga suara akan menjadi jelas antara *transmitter* dan *receiver*. Akan tetapi hal ini mengakibatkan terjadinya penguatan noise. Interferensi dapat dihilangkan dengan cara mempertebal pelindung kanal suara (E1) sehingga sinyal tidak ada yang bisa keluar dari kanal. Untuk mengatasi terjadinya distorsi yaitu dengan mengganti alat yang digunakan dengan yang lebih

baik. Untuk menghindari kesalahan setting *message centre* oleh konsumen yaitu dengan menyantumkan nomor *setting message centre* resmi di paket *starter pack*, sistem *smc* (*sms centre*) harus dirubah teknologinya dari sistem dengan jalur “*store and forward*” dengan sistem jalur “*first delivery attempt*”. mempersiapkan kapasitas jaringan IN (*Intellegent Network*) yang lebih besar agar bisa meminimasi munculnya sistem *error* akibat *overload* pengisian pulsa. Melakukan *maintenance* secara berkala terhadap infrastruktur (*BTS, BSS, BSC, MSC, Node B, dll*) yang ada, baik secara fisik (perawatan terhadap fisik dari infrastrukturnya) maupun non fisik (perawatan terhadap sistem yang ada di dalam jaringan infrastrukturnya) dan mengganti komponen infrasuktur dengan yang baru ketika umur ekonomisnya telah habis. Memperluas *coverage* areanya dengan cara menambah jumlah infrastruktur seperti jumlah *BTS, Node B (BTS nya 3G), BSS, BSC, dan MSC*.

Saran untuk menyamai harapan konsumen adalah mengatur jumlah *officer call centre* yang bekerja dan ketersediaan *line* yang melayani sesuai dengan kebutuhan, misal pada jumlah *line* dan petugas *call centre* yang melayani pada jam-jam *traffic* padat/sibuk (*peak time*) lebih banyak dibandingkan jam-jam santai (*off time*), meningkatkan kualitas dan waktu pelayanan petugas dengan *training* secara berkala misal tiap caturwulan (4 bulan sekali) sehingga waktu pelayanan per pelanggan dapat ditangani dengan cepat dan tepat (memuaskan konsumen). menambah jumlah infrastruktur yang dibutuhkan seperti *BTS, BSS, BSC, MSC* dan lain-lain terutama di daerah dimana konsumen yang banyak mengeluarkan keluhan tersebut berada. Sedangkan untuk pelanggan yang menghubungi *call centre* untuk meminta informasi produk baru, disarankan adanya *re-training* mengenai *product knowledge* yang baru apabila layanan yang tersedia telah berkembang/bertambah sehingga pengetahuan/informasi yang *up to date* tersebut dapat langsung disampaikan kepada konsumen yang mengakses *call centre* tersebut. Untuk perbaikan kekuatan sirkuit disarankan agar bahan sirkuit *sim card* tersebut menggunakan bahan campuran antara tembaga, kuningan, dan menambahkan sedikit kandungan emas agar sirkuit *sim card* tersebut dapat lebih tahan terhadap goresan.

Saran untuk mempertahankan kinerja secara kontinyu adalah untuk mengantisipasi peningkatan jumlah pengguna diusulkan perlu dipersiapkannya kapasitas jaringan IN (Intellegent Network) yang lebih baik. Dari sisi pemasaran hendaknya 3 bekerja sama dengan bank-bank yang mempunyai jaringan ATM luas untuk menyediakan penjualan isi ulang pulsa melalui ATM, sehingga akses untuk melakukan proses isi ulang pulsa bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Penerimaan konsumen di pusat pelayanan 3 diusulkan untuk sistem penerimaan pelanggan menggunakan sistem antrian, menerapkan budaya “3S (Senyum, Sapa, dan *Service* yang memuaskan) dalam setiap melayani konsumennya. 3 lebih responsif terhadap perubahan-perubahan tarif yang ada terutama terhadap kesepakatan tarif kartel sms antar *provider* GSM sehingga tarif sms antar operator bisa diturunkan lagi. 3 mengeluarkan program undian/bonus untuk mendorong pemakaian pulsa, penjualan voucher isi ulang serta aktivasi kartu bagi pengguna baru.

Saran untuk meningkatkan *image provider* 3 membuat iklan dengan bahasa yang menarik dan provokatif dimana konsumen bisa mendapatkan informasi yang jelas, cepat, mudah dipahami dan tidak menjebak sehingga melalui iklan-iklan tersebut nantinya dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap pelayanan, pemenuhan janji, dan kualitas produk 3. Menjadi sponsor untuk acara-acara tertentu seperti acara musik, olahraga, bakti pendidikan, dan sosial lainnya yang melibatkan banyak massa untuk meningkatkan *image* dan *awarreness* terhadap produk 3 di masyarakat. Mengadakan program *reward* kepada konsumennya dengan program perhitungan poin untuk tiap pembelian pulsa atau pemakaian pulsa telepon sehingga mendorong konsumen berlomba-lomba membeli pulsa dan aktivasi kartu baru bagi pengguna baru.

Saran tambahan lainnya adalah memperluas *coverage* ke daerah yang belum jenuh/daerah yang masih sedikit dilayani oleh *provider* lain oleh mengingat potensi pasar yang ada di daerah tersebut masih tergal. Misalnya ke daerah peertambangan di Sulawesi, Kalimantan, dan Papua. Daerah tersebut merupakan daerah yang memiliki tingkat perekonomian baik sehingga daya beli yang dimiliki di daerah tersebut cukup tinggi. Potensi pasar yang telah tergal saat ini oleh para

provider yang telah ada baik oleh *provider* GSM maupun CDMA baru mencapai 51% sehingga bisa disimpulkan masih banyak target pasar yang masih bisa didapatkan. Mengadakan proyek *bundling* (penjualan satu paket *handset* dan kartu baru) dengan vendor telepon selular terkemuka untuk mendongkrak penjualan dan aktivasi kartu baru. Mengadakan investasi tambahan untuk menambah jaringan yang mendukung fitur-fitur yang terdapat di kuadran *low priority* seperti : ketersediaan layanan *blackberry*, *mobile banking*, *video call*, *video streaming*, *HSDPA*, *Backup Data*, dan lain-lain. Hal itu perlu dilakukan untuk mengantisipasi perilaku konsumen yang mulai giat menggunakan teknologi baru (seperti 3,5 G, 4G, dan seterusnya) dalam kehidupannya, terutama konsumen dengan mobilisasi tinggi yang membutuhkan akses data/internet dan informasi secara cepat sehingga penggunaan *handphone* tidak sebatas hanya untuk telepon dan sms saja.

6.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, penulis menyarankan :

- agar dilakukan pengukuran kinerja *provider* GSM pesaing untuk dapat dibandingkan dengan kinerja *provider* GSM 3.
- Melakukan pengukuran tambahan untuk produk pascabayar *provider* GSM
- Untuk pemilihan pesaing disarankan agar semua produk yang dimiliki oleh masing-masing *provider* dibandingkan.