

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka pada tahap akhir penelitian ini penulis menarik beberapa kesimpulan berdasarkan pokok masalah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kelebihan *handphone* dibanding produk *wireline* selain karena faktor mobilitas adalah :
 1. Tarif telepon *provider handphone* lebih murah.
 2. *Provider handphone* menawarkan banyak paket yang menarik dan dianggap lebih ekonomis.
 3. *Handphone* memiliki banyak fitur yang tidak dimiliki produk *wireline*.
2. Pelanggan merasa puas dengan kinerja PT Telkom dari segi :
 1. Kestabilan jaringan produk *wireline*.
 2. Kesigapan pihak PT Telkom dalam menangani gangguan hingga produk *wireline* dapat digunakan kembali sesuai dengan yang dijanjikan.
 3. Ketepatan informasi yang diberikan pihak PT Telkom ketika dibutuhkan.
 4. Kesungguhan karyawan PT Telkom dalam menjawab semua pertanyaan pelanggan.
 5. Kemudahan pelanggan dalam menyampaikan keluhan mengenai produk *wireline*.
 6. Pengetahuan pihak PT Telkom mengenai hal-hal yang dikeluhkan pelanggan.
 7. Kemampuan teknisi PT Telkom dalam memperbaiki gangguan teknis.
 8. Keramahan pihak PT Telkom dalam menanggapi pertanyaan pelanggan.
 9. Kesesuaian jumlah tagihan dengan penggunaan produk *wireline*.
 10. Kemampuan pihak PT Telkom dalam menyelesaikan masalah non teknis.
 11. Kesopanan teknisi PT Telkom ketika mendatangi rumah pelanggan.

12. Kesopanan *customer service* PT Telkom saat melayani pelanggan.
13. Kedisiplinan teknisi PT Telkom dalam hal pemberian uang jasa ketika datang untuk memperbaiki gangguan (teknisi tidak memaksa diberi uang jasa).
14. Kesabaran *customer service* PT Telkom dalam menghadapi pelanggan.
15. Kesabaran teknisi PT Telkom dalam menghadapi pelanggan.
16. Kelengkapan *track record* masalah yang pernah dialami pelanggan.
17. Kemudahan prosedur dalam pembayaran tagihan produk *wireline*.
18. Alternatif cara pembayaran yang disediakan PT Telkom untuk melunasi tagihan produk *wireline*.
19. Kerapian penampilan karyawan PT Telkom termasuk teknisi.
20. Kedisiplinan teknisi dalam hal berpakaian seragam resmi PT Telkom.

Sedangkan pelanggan tidak puas dengan kinerja PT Telkom mengenai :

1. Kejelasan waktu mengenai kapan teknisi PT Telkom akan datang ketika terjadi gangguan produk *wireline*.
2. Ketepatan waktu pihak PT Telkom sesuai dengan yang dijanjikan dalam memberikan pelayanan, seperti datang ketika ada gangguan jaringan atau waktu pengerjaan keluhan.
3. Kecepatan pihak PT Telkom dalam menindaklanjuti keluhan mengenai produk *wireline*.
4. Reputasi pelayanan produk *wireline* PT Telkom.
5. Perhatian pihak PT Telkom terhadap pelanggan seperti memberikan info mengenai program promosi dan memantau kualitas jaringan produk *wireline*.
6. Rata-rata tarif produk *wireline* (telepon rumah) PT Telkom yang bersaing dengan tarif *handphone*.

3. Kepuasan pelanggan yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk *wireline* PT Telkom adalah kepuasan dari segi :
 1. Rata-rata tarif produk *wireline* PT Telkom yang bersaing dengan tarif *handphone*.
 2. Pengetahuan pihak PT Telkom mengenai hal-hal yang dikeluhkan pelanggan.
 3. Reputasi pelayanan produk *wireline* PT Telkom.
4. Tingkat kepentingan dan kinerja faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk *wireline* PT Telkom yaitu sebagai berikut :

Tabel 6.1
Tingkat Kepentingan dan Kinerja Faktor yang Berpengaruh

Faktor	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan
Rata-rata tarif produk <i>wireline</i> PT Telkom yang bersaing dengan tarif <i>handphone</i>	Dibawah rata-rata	Diatas rata-rata
Pengetahuan pihak PT Telkom mengenai hal-hal yang dikeluhkan pelanggan	Diatas rata-rata	Diatas rata-rata
Reputasi pelayanan produk <i>wireline</i> PT Telkom	Dibawah rata-rata	Dibawah rata-rata

5. Strategi pemasaran yang dapat diusulkan kepada PT Telkom untuk meningkatkan ketertarikan pelanggan dalam menggunakan produk *wireline* sehingga dapat meningkatkan pendapatan diantaranya adalah :
 1. Menawarkan program-program promosi berupa paket telepon.
 2. Bersinergi dengan produk *Speedy* dan *UseeTv* yang sama-sama menggunakan kabel produk *wireline* (telepon rumah) untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan.
 3. Meningkatkan kinerja baik dari pengetahuan pihaknya mengenai hal-hal yang dikeluhkan pelanggan.
 4. Pelatihan dan seminar kepada karyawan, khususnya *contact employees* yang berhubungan langsung dengan pelanggan untuk mengingatkan

mereka standar-standar kerja saat melayani pelanggan dan pentingnya kedekatan dengan pelanggan.

5. Adanya penilaian karyawan serta *reward* bagi mereka yang mampu bekerja melebihi standar untuk memotivasi mereka melayani pelanggan dengan baik.
6. Gencar membuat iklan-iklan mengenai keunggulan produk *wireline* PT Telkom beserta paket-paket telepon di media cetak maupun elektronik.
7. Perlu adanya standar waktu perbaikan untuk setiap masalah.
8. Pembagian area kerja untuk setiap teknisi sehingga jarak tempuh teknisi dari satu tempat ke tempat yang lain tidak jauh dan tidak menghabiskan banyak waktu dijalan.
9. Perlu jadwal kerja yang jelas untuk setiap karyawan termasuk teknisi sehingga *customer service* dapat mengestimasi waktu pelayanan kepada pelanggan dengan tepat.
10. Pembagian *manpower* per area yang baik untuk mendayagunakan mereka dengan maksimal namun tidak *overload*.
11. Adanya *review* performansi karyawan, khususnya *customer service* untuk mengetahui masalah yang terjadi pada mereka sehingga dapat diberikan solusi yang berdampak baik kepada pelanggan dan karyawan itu sendiri.
12. Memberikan produk *wireline* dengan teknologi *wireless*.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi PT Telkom untuk meningkatkan pendapatan produk *wireline*. Adapun saran yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Teknik pengambilan sampel pada penelitian selanjutnya menggunakan *random sampling*, dimana setiap objek dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih.

2. Perlu penelitian lebih lanjut mengenai perilaku konsumen seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan jaman dari produk *wireline* menjadi *handphone* yang terjadi saat ini
3. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai persaingan antara produk *wireline* PT Telkom dengan *provider handphone* GSM maupun CDMA.
4. Perlu juga dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengetahuan pihak PT Telkom akan hal-hal yang dikeluhkan pelanggan untuk mengetahui secara spesifik pengetahuan seperti apa yang berpengaruh bagi pelanggan.
5. Meningkatkan fokus pada pelanggan *business to business* (korporasi) dalam rencana strategis produk *wireline* kedepannya.