BAB IV
SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

1. Sebagai per usahaan jas a telekom unikasi terbe sar PT Telkom W itel Jatim Surabaya m enerapkan kom unikasi pe masaran dengan m emanfaatkan bauran komunikasi pem asaran. Ham pir selur uh bauran alat kom unikasi pem asaran dimanfaatkan baik secara langsun g m aupun tidak langsung. Tujuan dari dilakukannya kom unikasi pem asaran te rsebut yaitu untuk m enginformasikan dan m emasarkan produk IndiHom e ke pada para pelanggan. Selain itu komunikasi pemasaran dilakukan guna untuk meningkatkan penjualan produk IndiHome.

   Namun dalam seluruh komunikasi pemasaran yang dilakukan pastinya terdapat pengukuran apakah alat kom unkasi terse but efektif atau tidak. Dalam hal ini PT Telkom W itel Jatim Surabaya mengklasifikasikannya m enjadi dua pengukuran, yaitu :

   - Long Term

     Merupakan alat komunikasi pem asaran yang efektif guna m enarik pelanggan dalam jangka panjang. Alat komunikasi ini biasanya m erupakan alat kom unikasi *non personal*, jadi sifatnya tidak langsung bertatap m uka dengan pelanggan. Dalam alat komunikasi ini akan m embantu PT Telkom Witel Jatim Surabaya dalam m engingatkan d an m empersuasif pelang gan bahwa produk IndiHome m erupakan m emiliki kualitas ung gul dibanding provider lain. Yang term asuk dalam alat komunikasi jangka panjang yaitu seperti media elektronik, *website,* iklan TV, sosial media, *Billboard*.

   - Short Term

     Merupakan alat kom unikasi pem asaran yang efektif dalam jangka pendek. Maksud dari jangka pendek yaitu alat kom unikasi pem asaran ini kan lebih cepat dalam m enarik pelanggan unt uk m embeli produk Indihom e. Alat komunikasi ini bias anya yang bersifat *personal selling.* Dalam melakukan hal ini biasanaya ak an m enggunakan tenaga *sales person* untuk langsung menawarkan produk IndiHom e secara *face to face.* Sehingga pelanggan

dapat menggali lebih banyak informasi kepada *sales* tentang produk yang ditawarkan. Hal ini akan sangat memungkinkan dapat terjadinya pembelian. Biasanya tenaga *sales person* akan memanfaatkan alat komunikasi lain guna untuk menunjang kegiatan yang mereka lakukan, yaitu dengan cara *open table*. Cara tersebut dilakukan dengan menjemput bola atau menjemput pelanggan. Biasanya *open table* dilakukan di pinggir-pinggir jalan yang potensial, *event-event* besar dan menarik.

2. *Brand image* merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, yang dimana *brand image* juga akan mempengaruhi penjualan produk IndiHome. Sehingga berhubungan dengan komunikasi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan. Dalam memperbaiki *brand image* dibenak pelanggan untuk produk IndiHome PT Telkom Witel Jatim Surabaya memiliki alternatif dalam menanggani hal tersebut. Diantaranya yaitu terus melakukan komunikasi pemasaran secara intensif dibanding dengan sebelumnya. Khususnya pada alat komunikasi yang memiliki manfaat jangka panjang, seperti media elektronik, *website*, iklan di TV, media sosial. Alat komunikasi tersebut dipilih karena merupakan alat komunikasi yang paling sering dijumpai oleh calon pelanggan. Selain itu memiliki tujuan untuk menambah penjualan, alat komunikasi tersebut juga bertujuan untuk selalu mengingatkan pelanggan tentang adanya produk IndiHome. Sehingga secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap *image* perusahaan dibenak pelanggan.

   Selain melakukan komunikasi pemasaran secara intensif, PT Telkom Witel Jatim Surabaya juga senantiasa memperbaiki faktor internal perusahaan, baik Sumber Daya Manusia maupun *maintenance* yang ada di dalam perusahaan. Sehingga fungsinya dapat berjalan sebagaimana mestinya. Serta PT Telkom Witel Jatim Surabaya juga selalu berusaha untuk memperbaiki kualitas produk IndiHome dan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dikomunikasikan kepada pelanggan. Sehingga dengan upaya-upaya tersebut diharapkan dapat memperbaiki *image* perusahaan dibenak pelanggan.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah di sebutkan di atas, maka saran yang dapat disampaikan kepada PT Telkom Witel Jatim Surabaya yaitu :

1. Sebaiknya PT Telkom Witel Jatim Surabaya lebih mengorganisir lebih lanjut kegiatan komunikasi pemasaran yang akan dilakukan dengan memiliki rencana kegiatan komunikasi pemasaran apa saja yang akan dilakukan pada waktu yang telah ditentukan. Khususnya pada *personal selling* yang dilakukan oleh para *sales person.* Sehingga para *sales person* juga lebih teroganisir dengan baik.
2. Selain itu PT Telkom Witel Jatim Surabaya seharusnya juga menetapkan wilayah-wilayah yang yang digunakan untuk *open table* maupun kegiatan komunikasi lainnya. Serta dalam melakukan *open table* harusnya dilakukan dengan jangka panjang di satu wilayah yang telah ditetapkan. Manfaat yang dapat diambil dengan *open table* jangka panjang yaitu pelanggan akan mudah menemukan *sales person* yang sedang melakukan *open table* guna mendapatkan informasi tentang IndiHome.
3. PT Telkom Witel Jatim Surabaya juga hendaknya menambah tenaga *sales person* guna untuk menjangkau para calon pelanggan. Mengingat bahwa alat komunikasi pemasaran melalui tenaga *sales person* merupakan komunikasi yang efektif dalam meningkatkan penjualan produk IndiHome.
4. Hendaknya PT Telkom Witel Jatim Surabaya lebih tanggap dalam menanggapi dan memperbaiki gangguan yang terjadi pada pelanggan. Sehingga pelanggan tetap loyal terhadap produk IndiHome.
5. Dalam hal internal, sebaiknya PT Telkom Witel Jatim Surabaya memperbaiki *maintenance* yang selama ini dilakukan. Selain itu juga hendaknya memperbaiki Sumber Daya Manusia dengan memberikan program-program pelatihan.