BAB 4
KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil praktek kerja lapangan ini, dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang pertama dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel) ketika mengajak kerjasama dengan *merchant* yang telah ada mengutamakan trending topik yang terjadi di mayoritas masyarakat untuk melakukan kerjasama menjadi *merchant T-Cash.* Dan kali ini data hasil survei pada kalangan *youth* di Surabaya menyatakan bahwa posisi harga pada bauran ritail cukup mendominasi selain ditemukan bahwa tidak semua bauran ritel dapat diterapkan, harus ada segmentasi tersendiri dan bauran pemasaran yang terfokus bagi ritel. Segmen pada kalangan *youth* di Surabaya menunjukan bahwa harga sangat mendominasi dan fasilitas fisik seperti lokasi ritail, *store atmosphere* yang awalnya mempunyai pertimbangan di bauran pemasaran yang cukup tinggi setelah melakukan survei diketahui bahwa fasilitas fisik adalah poin yang tidak begitu pentingg untuk dipertimbangkan dalam bauran ritel pada kalangan *youth* di Surabaya.

Pada teori yang telah dipelajari di bangku perkuliahan ternyata tidak jauh berbeda dengan kondisi di lapangan yang ada, bahwasanya seluruh bauran retail perlu diperhatikan dan dipertimbangkan karena di kondisi lapangan dapat terlihat bahwa tidak ada perbedaan yang jauh antara ke – 6 (enam) faktor dari bauran retail.

4.2. Kritik dan Saran

Kritik pada penerimaan mahasiswa PKL sebaiknya lebih diperhatikan lagi dari awal yang sudah dijanjikan ilmu tentang kedisiplinan, dan ilmu tentang *marketing* perusahaan. Bukan berarti mahasiswa yang sudah dewasa dan memegang illmu di bangku perkuliahan dapat dilepaskan begitu saja pada kondisi lapangan yang ada.

Saran untuk PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel) supaya menjadikan pertimbangan harga pada pemilihan kerjasama dalam bentuk *merchant* pada

produk *T-Cash* supaya dapat m eningkatkan penjualan SIM L oop yang mempunyai segm en kalangan *youth.* Selain itu pertim bangan bahwa rata – rata pengeluaran setiap bulan pada kalangan *youth* yang telah m encapai diatas Rp.700.000 sebanyak 62,8% dari 300 responde n. Dari m engetahui pengeluaran pada kalangan youth di Surabaya da pat dijadikan pertim bangan bagi PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel) untuk menjalin kerjasama dengan *merchant*.