

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan dua poin penting dari laporan magang di PT. Telekomunika Anugerah Mandiri antara lain:

1. Identifikasi Strategi Pemasaran PT Telekomunika Anugerah Mandiri

- 1) PT. Telekomunika Anugerah Mandiri sebagai distributor Smartfren menerapkan strategi pemasaran yang berorientasi target pada *volume* atau kuantitas, oleh karena itu pendekatan yang dilakukan melalui *Segmenting*, *Targetting*, dan *Positioning* melihat pada *outlet* yang mampu membeli dalam jumlah banyak (pedagang besar atau bandar)
- 2) Perencanaan, Pengorganisasian, Monitoring, dan Evaluasi melalui *Key Performance Indicator* menjadi alat ukur PT TAM dalam perencanaan, pelaksanaan, dan peningkatan target penjualan perusahaan.
- 3) PT TAM selalu dapat beradaptasi dengan baik dari program-program baru yang datang dari Smartfren sebagai principal ataupun dengan program yang dibuat oleh PT TAM sendiri. Kombinasi antara berbagai program pemasaran, strategi *Segmenting*, *Targetting*, dan *Positioning*, bauran pemasaran, serta *Key Performance Indicator* terbukti mampu menaikkan laba bersih perusahaan sebesar rata-rata dua sampai tiga persen tiap bulannya dan memberikan pendapatan kotor sebesar enam miliar rupiah setiap bulannya.

2. Hambatan Penerapan Strategi Pemasaran PT Telekomunika Anugerah Mandiri
 - 1) Masih banyaknya kesalahan manusia dan penyalahgunaan wewenang kerja menjadi masalah yang serius dalam melaksanakan strategi pemasaran PT Telekomunika Anugerah Mandiri (PT TAM).
 - 2) *Benefit* yang diberikan kepada *outlet* kurang memberi *profit* pada *outlet* itu sendiri karena hanya berupa *Eload* bukan uang tunai sehingga menjadi batasan bagi *benefit* itu untuk dipergunakan kebutuhan *outlet*.
 - 3) Sistem aplikasi STS sebagai media penjualan di lapangan yang sangat penting sering mengalami gangguan ataupun minim jaringan.
 - 4) *Key Performance Indicator* terkadang tidak sesuai dengan keadaan yang terjadi di lapangan sehingga penjual dalam hal ini SFA ataupun SGS kesulitan melakukan penjualan.
 - 5) Lambatnya pemberian insentif kerja bagi karyawan terkadang menjadi masalah utama dalam penurunan kinerja karyawan yang secara tidak langsung maupun langsung menghambat arah strategi PT TAM

4.2 Saran

Penulis menemukan beberapa kekurangan yang terjadi di lapangan selama melaksanakan magang di PT. Telekomunika Anugrah Mandiri (PT. TAM). Kekurangan tersebut tentunya akan menjadi tantangan di masa depan yang akan dihadapi, maka dari itu penulis ingin memberikan beberapa saran kepada PT. TAM berdasarkan kekurangan yang ditemukan, di antaranya adalah :

1. Pengawasan yang menyeluruh terhadap segala tindakan penyelewengan dan penyalahgunaan wewenang kerja bagi seluruh karyawan agar terciptanya lingkungan kerja yang baik.
2. *Benefit* yang diberikan bagi *outlet* hendaknya bukan hanya berupa *Eload* saja, tapi bisa berupa uang tunai ataupun produk-produk Smartfren yang lain, agar *outlet* sebagai loyalitas konsumen terjaga.
3. Perbaiki sistem aplikasi STS agar tidak sering mengalami gangguan saat melakukan kegiatan penjualan ataupun kegiatan kerja lainnya.
4. Adanya alternatif solusi jika penggunaan *Key Performance Indicator* sebagai tolak ukur pasar konsumen di lapangan tidak sesuai dengan yang direncanakan sebelumnya, seperti pemberian kelonggaran bagi *sales* untuk berimprovisasi jika musim penjualan sepi terutama jika hari libur nasional.
5. Evaluasi jangan hanya dilakukan pada karyawan tingkat bawah tapi juga tingkat atas agar tidak ada kesenjangan antara bawahan dan atasan yang melakukan kesalahan, serta jika pun ada kesalahan perlu adanya *punishment* yang jelas terhadap berbagai tindakan pelanggaran
6. Pemberian bonus dari pencapaian karyawan hendaknya lebih ditingkatkan agar memberikan semangat kerja bagi *sales* yang sering mencapai target.
7. *Key Performance Indicator* hendaknya tersusun sesuai dengan program yang ada agar tidak terjadi tumpang tindih target dengan program yang sebelumnya. Program atau produk baru yang datang sebaiknya tepat pada waktunya, agar tercapainya target yang ingin dicapai.

8. Perhatian PT TAM sebagai distributor jangan pilih kasih antara *outlet* besar ataupun *outlet* kecil agar konsumen dalam hal ini *outlet* tidak kehilangan loyalitas.
9. Pemberian insentif bonus bagi karyawan hendaknya tepat waktu dan sesuai jumlah yang dijanjikan pada kesepakatan jika memenuhi target di *Key Performance Indicator*.