

BAB V

PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN KEGIATAN

5.1 Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Dalam melakukan strategi komunikasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di PT. Telkomsel *Branch* Jambi, beberapa pemahaman yang dapat diperoleh meliputi:

1. Pemahaman Mendalam tentang Pelanggan

Strategi komunikasi harus didasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang profil, preferensi, dan kebutuhan pelanggan di Jambi. Ini termasuk pemahaman tentang bagaimana pelanggan menggunakan layanan telkomsel, apa yang mereka harapkan dari layanan tersebut, dan tantangan apa yang mereka hadapi dalam penggunaannya.

2. Pemetaan Poin Kontak Pelanggan

Identifikasi poin-poin kontak yang signifikan antara pelanggan dan Telkomsel (seperti Grapari, layanan telepon, aplikasi mobile, atau media sosial) untuk merancang pengalaman pelanggan yang konsisten dan terkoordinasi di seluruh saluran komunikasi.

3. Analisis Umpan Balik Pelanggan

Memanfaatkan data umpan balik pelanggan untuk memahami persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap layanan telkomsel. Ini meliputi evaluasi terhadap keluhan, saran perbaikan, dan aspek-aspek yang dapat ditingkatkan untuk memenuhi harapan pelanggan.

4. Pemilihan Saluran Komunikasi yang Efektif

Memilih saluran komunikasi yang paling efektif untuk mencapai pelanggan di Jambi, seperti penggunaan sms, email, media sosial, atau komunikasi langsung melalui layanan Grapari. Penting untuk memastikan pesan-pesan yang disampaikan relevan, jelas, dan dapat diterima dengan baik oleh pelanggan.

5. Personalisasi Komunikasi

Menggunakan data pelanggan untuk menyampaikan pesan-pesan yang lebih personal dan relevan. Ini dapat meningkatkan keterlibatan

pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih terpersonalisasi, misalnya dengan menawarkan penawaran atau diskon yang disesuaikan dengan preferensi atau riwayat penggunaan pelanggan.

6. Penguatan Citra Merek

Strategi komunikasi juga harus dirancang untuk memperkuat citra merek Telkomsel di mata pelanggan di Jambi. Hal ini mencakup menyampaikan nilai-nilai merek, komitmen terhadap kualitas layanan, inovasi teknologi, dan dukungan terhadap komunitas lokal.

7. Monitoring dan Evaluasi Kinerja

Penting untuk terus memantau dan mengevaluasi kinerja strategi komunikasi untuk melihat seberapa efektif upaya-upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Metrik seperti tingkat retensi pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan, dan partisipasi dalam program *loyalty* dapat menjadi indikator keberhasilan strategi tersebut.

Dengan memahami dan mengimplementasikan elemen-elemen ini dalam strategi komunikasi mereka, PT. Telkomsel *Branch* Jambi dapat lebih efektif dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat posisi mereka di pasar telekomunikasi lokal.

5.2 Pembahasan

1. Pemahaman terhadap strategi komunikasi

Melalui kegiatan magang ini memberikan kesempatan berharga bagi mahasiswa untuk memahami secara langsung bagaimana Telkomsel Jambi dalam mengelola strategi komunikasinya. Dengan mendalami studi literatur terkait, melakukan wawancara dengan pihak terkait, dan mengamati langsung operasional perusahaan, penulis dapat memperoleh wawasan yang mendalam tentang berbagai strategi yang digunakan untuk meningkatkan efisiensi, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Hal ini tidak hanya memberikan pengalaman praktis yang berharga, tetapi juga membuka peluang untuk mengaplikasikan teori yang dipelajari di dalam kelas ke dunia nyata industri telekomunikasi.

2. Kolaborasi dan Diskusi

Kegiatan magang ini juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk berkolaborasi dan berdiskusi dengan tim *Retention and Loyalty*. Melalui kolaborasi ini, penulis dapat berpartisipasi dalam proyek-proyek nyata, berbagi ide, dan bertukar pengalaman dengan profesional di industri telekomunikasi. Diskusi yang terbuka membantu penulis untuk memperluas wawasan mereka tentang berbagai aspek strategi pemasaran, membangun keterampilan komunikasi dan kepemimpinan yang penting dalam lingkungan kerja.

3. Kontribusi terhadap perusahaan

Hasil dari kegiatan magang ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah yang positif bagi Telkomsel Jambi. Penulis diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa ide-ide inovatif dan sudut pandang baru yang dapat meningkatkan efektivitas operasional dan kualitas layanan perusahaan. Melalui keterlibatan aktif dalam proyek-proyek dan kerjasama dengan tim, mereka diharapkan dapat berperan dalam mencari solusi, mengembangkan strategi baru, serta menerapkan praktik-praktik terbaik yang dapat membantu meningkatkan reputasi dan kepuasan pelanggan perusahaan. Sehingga, magang ini tidak hanya memberikan pengalaman berharga bagi penulis, tetapi juga memberikan manfaat langsung bagi Telkomsel Jambi dalam mencapai tujuan dan pertumbuhan jangka panjang mereka.

5.3 Evaluasi Kegiatan

1. Tingkat Kepuasan Pelanggan

Melakukan survei atau studi untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan setelah penerapan strategi komunikasi. Hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan skala rating, pertanyaan terbuka, atau metode lainnya untuk mengumpulkan umpan balik langsung dari pelanggan.

2. Tingkat Retensi Pelanggan

Menganalisis apakah terjadi peningkatan dalam tingkat retensi pelanggan setelah strategi komunikasi diterapkan. Retensi yang lebih

tinggi menunjukkan bahwa pelanggan cenderung tetap menggunakan layanan Telkomsel dan puas dengan pengalaman mereka.

3. Partisipasi dalam Program Loyalitas

Mengukur apakah ada peningkatan dalam partisipasi pelanggan dalam program loyalitas atau penggunaan poin *reward* setelah strategi komunikasi diterapkan. Ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan nilai tambah dari menggunakan layanan Telkomsel.

4. Peningkatan dalam Penggunaan Layanan

Memantau apakah ada peningkatan dalam penggunaan layanan tertentu atau adopsi produk baru setelah strategi komunikasi dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa pesan-pesan komunikasi berhasil menyampaikan nilai-nilai produk atau layanan Telkomsel kepada pelanggan.

5. Pengukuran *Key Performance Indicators (KPI)*

Menetapkan dan memantau *key performance indicators (KPI)* yang relevan seperti tingkat pembayaran tagihan tepat waktu, frekuensi penggunaan aplikasi Telkomsel, atau rata-rata durasi panggilan untuk memantau dampak strategi komunikasi terhadap perilaku pengguna pelanggan.

6. Analisis Data dan Statistik

Menggunakan data dan analisis statistik untuk mengevaluasi trend atau pola dalam kepuasan pelanggan sebelum dan sesudah penerapan strategi komunikasi. Ini membantu dalam mengidentifikasi perubahan positif atau area yang memerlukan peningkatan lebih lanjut.

5.4 Faktor Pendukung

1. Pemahaman Mendalam tentang Pasar Lokal

Memiliki pemahaman yang baik tentang karakteristik demografis, budaya, dan kebutuhan unik pelanggan di Jambi. Ini membantu dalam merancang pesan-pesan komunikasi yang lebih relevan dan menarik bagi audiens lokal.

2. Teknologi dan Infrastruktur yang Handal

Menyediakan teknologi dan infrastruktur yang canggih dan handal untuk mendukung layanan telekomunikasi yang baik. Hal ini termasuk jaringan yang kuat, aplikasi mobile yang user-friendly, dan sistem *customer relationship management (CRM)* yang efisien.

3. Tim yang Terlatih dan Kompeten

Memiliki tim yang terlatih dengan baik, termasuk staff di Grapari yang mampu memberikan pelayanan pelanggan yang ramah, kompeten, dan efisien. Pelatihan reguler dan pengembangan keterampilan merupakan faktor penting dalam memastikan pengalaman pelanggan yang positif.

4. Personalisasi dan Segmentasi Pelanggan

Menerapkan strategi personalisasi komunikasi berdasarkan data pelanggan untuk menyampaikan pesan yang lebih relevan dan disesuaikan dengan kebutuhan individu. Segmentasi pelanggan juga membantu dalam mengidentifikasi preferensi dan kebiasaan pengguna untuk meningkatkan respons terhadap komunikasi.

5. Penggunaan Data untuk Pengambilan Keputusan

Memanfaatkan data dan analisis untuk menginformasikan strategi komunikasi dan pengambilan keputusan. Ini termasuk penggunaan analytics untuk memahami perilaku pelanggan, mengevaluasi keefektifan kampanye, dan mengidentifikasi peluang untuk peningkatan layanan.

6. Kemitraan dan Kerjasama Strategis

Membangun kemitraan dan kerjasama strategis dengan pihak lain, seperti produsen perangkat, penyedia layanan aplikasi, atau lembaga pendidikan. Hal ini dapat memperluas jangkauan layanan Telkomsel dan meningkatkan nilai tambah yang ditawarkan kepada pelanggan.

5.5 Faktor Penghambat

1. Kualitas Layanan yang Kurang Memuaskan

Jika layanan yang diberikan tidak memenuhi harapan pelanggan dalam hal kecepatan, ketersediaan, atau kualitas, ini dapat menjadi penghambat utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Ketidakcocokan Pesan dengan Kebutuhan Pelanggan

Pesan-pesan komunikasi yang tidak relevan atau tidak sesuai dengan kebutuhan atau preferensi pelanggan dapat mengurangi efektivitas strategi komunikasi dan menyebabkan ketidakpuasan.

3. Kurangnya Pelatihan dan Keterampilan Karyawan

Kurangnya pelatihan atau keterampilan karyawan dalam berkomunikasi dengan efektif atau menangani keluhan pelanggan dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan secara negatif.

4. Persaingan yang Ketat dalam Industri Telekomunikasi

Persaingan yang tinggi di pasar telekomunikasi dapat memaksa perusahaan untuk fokus pada strategi harga daripada meningkatkan kualitas layanan, yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan secara negatif.

5. Regulasi dan Kebijakan Pemerintah

Kebijakan atau regulasi pemerintah yang ketat atau berubah-ubah dalam industri telekomunikasi dapat membatasi fleksibilitas perusahaan dalam menyusun dan menjalankan strategi komunikasi yang efektif.