

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) di Telkom Indihome Cabang Jombang dengan menggunakan tiga dimensi meliputi: pertama, dimensi *people* yaitu seluruh karyawan Telkom terlibat dalam menjalin hubungan dengan pelanggan. Kedua, dimensi *process* Telkom Indihome Cabang Jombang telah melalui 4 tahapan diantaranya: tahap identifikasi pelanggan yang dilakukan Telkom Indihome Cabang Jombang melalui biodata pelanggan yang didapatkan dari formulir pendaftaran. Tahap diferensiasi, pelanggan dikelompokkan menjadi tiga segmen diantaranya segmen residensial, segmen edukasi dan segmen *government*. Tahap interaksi, Telkom Indihome Cabang Jombang dalam berinteraksi dengan pelanggan melalui tatap muka secara langsung ataupun *online*. Tahap personalisasi, bertujuan untuk menyesuaikan keinginan pelanggan menggunakan informasi yang telah didapatkan sebelumnya yaitu Telkom telah memberikan berbagai macam produk. Salah satunya indihome yang terdiri dari *dualplay* dan *tripleplay*. Ketiga, dimensi *technology* yaitu Telkom Indihome Cabang Jombang menggunakan teknologi untuk

memudahkan dalam melayani pelanggan. Teknologi yang digunakan seperti laptop, internet, printer, *website* Telkom, aplikasi My Indihome.

2. Peran implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) di Telkom Indihome Cabang Jombang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan mampu menurunkan jumlah keluhan pelanggan sebesar 20%. Semakin menurun persentase jumlah keluhan pelanggan maka semakin pelanggan puas. Strategi yang dilakukan yaitu memberikan produk berkualitas, memberikan *service excellent*, membuat pelanggan merasa bahagia dan mendapatkan keyakinan bahwa orang disekitarnya akan kagum melihatnya ketika menggunakan produk dari Telkom, memberikan beberapa akses kemudahan bagi pelanggan seperti mengajukan keluhan tidak perlu datang langsung ke Kantor Plasa Telkom Jombang melainkan dapat melalui media sosial, aplikasi My Indihome, *call center* 147, *contact person*.

B. Saran

Berdasar uraian di atas, berikut beberapa saran dari peneliti antara lain:

1. Bagi Telkom Indihome Cabang Jombang, implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan telah berjalan dengan baik. Meskipun Telkom memiliki kendala yang muncul, tetapi Telkom tetap berusaha untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi. Oleh karena itu, Telkom Indihome Cabang Jombang harus mempertahankan hubungan baiknya dan menjaga kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat maksimal.

2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan mengadakan penelitian di perusahaan jasa karena perusahaan jasa sangat membutuhkan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya. Kemudian disarankan untuk menambah referensi yang lebih banyak lagi sehingga memberikan hasil penelitian yang lebih maksimal.