

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya mengenai *Customer Relationship Management* PT Telkom, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- *Customer Relationship Management* PT Telkom dalam menangani keluhan pelanggan yaitu melalui evaluasi. Keluhan yang masuk melalui *Call Center*, *e-Service* maupun melalui *Customer Care Plaza* diproses oleh bagian *Backroom* melalui *database* untuk kemudian diteruskan kepada *Manager Area* apabila sulit untuk diatasi. Beberapa aktivitas lain seperti menangani keluhan secara langsung, menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan menggunakan media sebagai sarana informasi dapat mengetahui penilaian positif dari pelanggan terhadap keberadaan Telkom *e-Service* sebagai salah satu media untuk memenuhi kebutuhan dan menampung keluhan pelanggan disamping keberadaan *Plaza* dan *Call Center*. Adanya tindak lanjut yang dilakukan, tidak hanya sekedar tanggapan atas keluhan pelanggan dan upaya pencegahan datangnya keluhan yang sama dari pelanggan yang berbeda akan berdampak positif pula bagi citra perusahaan.

B. SARAN

Dalam penelitian yang dilakukan ini, Peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Penerapan strategi untuk mengelola keluhan pelanggan yang dilakukan oleh PT Telkom dengan memaksimalkan fungsi Plasa Telkom diharapkan dapat difokuskan dengan memperhatikan betul apa keinginan dan kebutuhan pelanggan. Sehingga keluhan dapat diminimalisir karena pelanggan sudah paham betul mengenai produk dan keterangan dari staff Plasa.
2. PT Telkom Yogyakarta diharapkan untuk membuat satu divisi khusus untuk menangani hubungan baik dengan internal publik maupun eksternal publik perusahaan seperti halnya Public Relations. Sehingga ada perbedaan antara tugas masing-masing divisi baik itu marketing, sales, staff plasa, maupun SDM dengan costumer relations. Karena Public Relations tidak hanya dibutuhkan oleh Telkom pusat saja, setiap daerah juga memiliki kepentingan yang memang harus melibatkan Public Relations.
3. Bagi Plasa Telkom Yogyakarta, agar para petugas costumer service ditingkatkan lagi kualitasnya dengan cara training atau pelatihan service excellent yang jadwalnya rutin, tidak hanya setahun sekali.