

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa simpulan dan saran yang diharapkan dapat membantu perusahaan khususnya PT SPI agar dapat mengambil tindakan-tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan pangsa pasarnya.

7.1. Simpulan

Berdasarkan hal-hal yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya diambil beberapa simpulan sebagai berikut:

7.1.1. Industri operator seluler merupakan suatu industri yang membutuhkan modal yang sangat besar, mempunyai tingkat persaingan yang tinggi karena munculnya pemain baru termasuk di dalamnya pemain asing dengan dibukanya pasar bebas di Indonesia dan selain itu tidak mudah juga mencari pemasok yang benar-benar memadai dan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh perusahaan.

7.1.2. Dari beberapa analisa diketahui PT SPI berada dalam posisi yang menguntungkan karena mempunyai keunggulan yang lebih banyak dibandingkan dengan kelemahannya.

Beberapa dari keunggulan tersebut adalah pangsa pasar yang cukup baik karena menduduki peringkat kedua dari industri operator seluler, *brand image*, fasilitas terhadap pelanggan, pengembangan SDM,

pembebasan biaya roaming untuk panggilan non lokal dan penerimaan sehingga memiliki harga yang lebih baik dari pesaing, sistem dan teknologi yang cukup mendukung sedangkan kelemahannya adalah dari segi differensiasi dan promosi yang kurang dibandingkan dengan pesaing.

- 7.1.3. PT SPI mempunyai beberapa peluang yaitu karena adanya perubahan pola pikir dari masyarakat yang menganggap bahwa telepon seluler merupakan suatu alat komunikasi yang penting, fleksibel, dan praktis yang dibutuhkan hampir oleh semua kalangan. Adanya pandangan tersebut mengakibatkan meningkatnya pengguna telepon seluler dan pengguna jasa operator seluler.
- 7.1.4. Ancaman yang harus diantisipasi oleh PT SPI adalah munculnya para pemain baru termasuk pemain asing dengan dibukanya pasar bebas di Indonesia , adanya informasi mengenai bahaya kesehatan yang dapat mempengaruhi pengguna telepon seluler dan krisis ekonomi yang berkepanjangan.
- 7.1.5. Sedangkan ancaman dari produk pengganti tidak cukup berpengaruh bagi PT SPI disebabkan produk pengganti utama yaitu kartu pasca bayar pada dasarnya kurang disukai oleh masyarakat karena kurang ekonomis sedangkan produk pengganti lainnya seperti *c-phone* dan *pager* kurang disukai karena teknologi yang dimiliki kurang praktis dan tidak sesuai dengan kemajuan.

7.2. Saran

Dari adanya simpulan diatas ada beberapa hal yang dapat disarankan untuk PT SPI sebagai berikut:

Strategi yang sesuai dengan kondisi PT SPI berdasarkan analisa SWOT adalah Strategi Pertumbuhan, maka beberapa hal yang dapat disarankan adalah:

7.2.1. Dari Segi Produk

a) Meningkatkan Kualitas Produk

Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas bagi produknya. Untuk meningkatkan kekuatan sinyal, usaha yang dapat dilakukan adalah menambah sejumlah BTS di tempat-tempat tertentu (khususnya di pegunungan dan di luar kota) dan lebih meningkatkan kualitas jaringannya.

b) Melakukan Survei Pasar

Survei pasar dapat dilakukan dengan cara memberikan kuesioner bagi para pengguna telepon seluler atau melalui Deteksi dari Jawa Pos, melalui *market intelligence*, melihat kekuatan dari para pesaing, melalui kotak saran yang disediakan di tempat-tempat tertentu maupun di *website* PT SPI atau pada saat melakukan kontak langsung dengan pelanggan maupun calon pelanggan.

c) Merespon reaksi dari para pelanggan

Dapat dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung, kuesioner dari perusahaan secara langsung ataupun melalui kotak saran baik yang disediakan di tempat-tempat tertentu maupun di *website* PT SPI.

d) Memonitor, mengevaluasi dan mengadakan perbaikan jika diperlukan dari hasil pantauan diatas.

e) Membuat "*Mentari Personal Card*" (bukan Mentari Club)

Dapat diperoleh jika pelanggan melakukan pembelian *voucher* isi ulang di cabang PT SPI. Pada saat melakukan pengisian ulang tersebut, maka nomer kartu Mentari tersebut akan dimasukkan ke dalam computer yang secara *on line* dapat dilihat di seluruh cabang PT SPI.

Jika pelanggan yang bersangkutan dalam periode tertentu melakukan sejumlah pengisian ulang dengan frekuensi dan jumlah yang memadai maka akan diberikan sebuah kartu tanpa dikenakan biaya apa pun yang dapat digunakan selama setahun untuk mendapatkan potongan-potongan pembelian atau harga di tempat-tempat tertentu yang melakukan kerjasama dengan PT SPI, mendapatkan potongan untuk pembelian *voucher* berikutnya (selama kartu tersebut masih berlaku).

f) *Market Development* (Mentari⁺)

Mentari⁺ baru beredar di Jawa Timur pada bulan April 2002, diharapkan Mentari⁺ ini juga melakukan pengembangan pasarnya di kota-kota lain di Jawa Timur karena dapat menambah *value added* bagi perusahaan.

g) Melakukan inovasi produk

Untuk menghadapi banyaknya pesaing yang ada maupun pesaing-pesaing asing, perusahaan perlu untuk terus melakukan inovasi bagi produknya. Berdasarkan dari survei pasar yang telah dilakukan perusahaan berusaha untuk mengembangkan suatu produk sesuai dengan apa yang dibutuhkan, diinginkan atau diharapkan oleh para pengguna telepon seluler tersebut.

7.2.2. Dari Segi Tempat Pelayanan

a) Menambah Jumlah Tempat Pelayanan

Menambah jumlah tempat pelayanan/penjualan dengan membuka *outlet-outlet* pada tempat-tempat yang strategis yang sekiranya mempunyai pengunjung yang potensial seperti pada pusat pertokoan, perkantoran kompleks perumahan yang jauh dari perkotaan, tempat-tempat wisata, rumah sakit, universitas dan tempat pendidikan lainnya baik di kota yang sudah ada (Surabaya, Kediri dan Malang) maupun di kota-kota lain di Jawa Timur.

Biasanya ada beberapa pelanggan yang lebih merasa puas jika membeli langsung pada *outlet-outlet* dari perusahaan itu sendiri daripada harus membeli di toko atau tempat penjualan lainnya karena dengan membeli di *outlet* tersebut pelanggan merasa lebih diperhatikan.

Untuk penyewaan tempat untuk *outlet* tersebut cukup dengan menyewa pada salah satu stan dari toko atau kantor atau tempat lainnya tanpa harus membuat suatu ruangan khusus cukup dengan beberapa peralatan yang dibutuhkan sehingga tidak terlalu merepotkan dan tidak mengeluarkan biaya yang banyak jika sewaktu-waktu pihak perusahaan memutuskan untuk pindah atau tidak memperpanjang sewanya lagi.

b) Menambah Jumlah Customer Service

Dengan adanya penambahan jumlah *outlet* seperti yang telah disarankan tersebut maka perlu adanya penambahan jumlah customer service untuk melayani pelanggannya.

Oleh karena itu perusahaan harus merekrut beberapa karyawan lagi dan agar karyawan-karyawan tersebut tidak terlalu membebani perusahaan maka sebaiknya diberlakukan sistem kontrak selama jangka waktu tertentu sehingga dapat diperpanjang jika perusahaan masih membutuhkan karena jika dirasakan tidak menguntungkan maka perusahaan tidak terbebani untuk mencarikan lahan yang kosong dan membayar gaji bagi karyawan tersebut.

- c) Menambah pelatihan dan pengenalan baik terhadap produk maupun informasi lainnya yang berkaitan dengan operator seluler karena perkembangan teknologi yang begitu cepat selain itu juga peningkatan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan.

7.2.3. Dari Segi Promosi

Melakukan Lebih Banyak Promosi

Promosi merupakan sarana yang sangat tepat untuk mengenalkan produk, menginformasikan dan menanamkan *brand image* pada masyarakat.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan baik secara "*above the line*" maupun secara "*below the line*" atau dengan mengadakan kerjasama dengan pihak-pihak pendidikan seperti sekolah-sekolah menengah atau universitas, perusahaan, pertokoan, tempat wisata dengan mengadakan beberapa kegiatan, penawaran pembelian produk, memberikan potongan harga di tempat-tempat tertentu seperti pembelian *voucher* isi ulang yang lebih murah, pembelian makanan atau produk-produk tertentu yang lebih murah di tempat-tempat tertentu

untuk pelanggan kartu Mentari, bonus-bonus dan serta paket-paket menarik lainnya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Azis dan Odie Krisno. Juli, 2002. Ponsel di Tengah Pasar. *T&t*, hlm. 20.
- Badan Pusat Statistik. 2000. *Penduduk Laki dan Perempuan Jawa Timur Dirinci Menurut Kabupaten/Kotamadya dan Kelompok Umur Tahun 2000*. Surabaya: Badan Pusat Statistik Jawa Timur.
- Badan Pusat Statistik. 2000. *Penduduk Menurut Kabupaten/Kotamadya dan Golongan Pengeluaran Per Kapita Sebulan Tahun 2000*. Surabaya: Badan Pusat Statistik Jawa Timur.
- Balfour, Frederik, Moon Ihlwan, and Geri Smith. 15 Juli, 2002. The Top 200 Emerging-Market Companies. *Business Week*, hlm. 67-70.
- Bernas. 2002. *Handphone Klithikan*, (Online), (<http://www.indonesia.com/bernas/052002/28/UTAMA/28met3.htm>, diakses 8 Juni 2002).
- Boyd, W., Harper, Orville C. Walker and J. Claude Larreche. 1998. *Marketing A Strategic Approach With A Global Orientation* (3rd ed). New York: Mc. Graw Hill.
- Christiastuti, G., Herdiawan, Supriyadi, Hendaru dan Erawan. 10 Desember, 2001. Tiga Jurusan Indosat Menggempur Telkom. *Warta Ekonomi*, hlm. 17.
- Darudoyo, Hendrarto, Ferdinand Lamak dan Rina Rahardjanti. 14 Januari, 2002. Infrastruktur Telekomunikasi: Serbuan Vendor Asing Menjelang Pasar Bebas. *Warta Ekonomi*, hlm. 33.
- D-Infokom. Profil Jawa Timur, (Online), (<http://www.d-infokom-jatim.go.id/jatim.asp>, diakses 30 April 2002).
- Djaja, Komara dan Bambang Prijambodo. Desember, 2001. Prospek Ekonomi Tahun 2002. *Usahawan*, hlm. 3.
- Doyle, Peter. 1998. *Marketing Management and Strategy* (2nd ed). New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Eko dan Icha. April, 2002. Semuanya Diambil Telkom. *T&t*, hlm. 20.
- Hatten, K.J., and M.L. Hatten. 1988. *Effective Strategic Management*. New Jersey: Prentice Hall.

- Hendaru. 2002. *Pelanggan Ponsel Siap Kejar PSTN*, (Online), (<http://www.wartaekonomi.com>, diakses 15 Januari 2002).
- Hendaru dan Achmad Adhito. 27 Mei, 2002. Investasi Telepon Seluler: Kejarlah Dana Kau Kutangkap. *Warta Ekonomi*, hlm. 52 & 54.
- Hitt, A., Michael, R. Duane Ireland and Robert E. Hoskisson. 1995. *Manajemen Strategis: Menyongsong Era Persaingan dan Globalisasi*. Armand Hediyanto. 1997. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Icha. Mei, 2002. Banjir SIM Card Murah. *T&t*, hlm. 27.
- Iptek. *Telepon Genggam Yang Seakan Tak Terpisahkan Dari Kehidupan Sosial Pribadi Maupun Aktivitas Kantor Orang Asia*, (Online), (<http://www.iptek.net.id/ind/berita/07.htm>, diakses 8 Juni 2002).
- Jauch, R., Lawrence, and William F. Glueck. 1989. *Strategic Management and Business Policy* (International ed). Singapore: Mc. Graw-Hill.
- Jawa Pos. 30 Juni, 2002. *Teknologi dan Bisnis Di Balik Syair Aa Gym: Siraman Rohani Lewat Handphone Bagi Yang Sibuk*, hlm. 1.
- Jawa Pos. 25 Juli, 2002. *Orang Tua di Jakarta Mulai Over-Khawatir: Ramai-Ramai Bekali Anak Dengan HP*, hlm. 12.
- Jones, Patricia and Lary Kahaner. 1999. *Misi dan Visi: 50 Perusahaan Terkenal Di Dunia*. Anton Adiwino. Batam: Interaksara.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. 1997. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran: Principles of Marketing 7e*. Alexander Sindoro. 1998. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip, and A.B. Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Nawawi, Hadari, H. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. (cetakan kesembilan). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Obor Sarana Utama. 1 April, 2002. Pasca Bayar atau Pra Bayar Perluakah Dibedakan?. *Warta Ekonomi*, hlm. 80.

- Pearce, A., John, and Richard B. Robinson. 1997. *Strategic Management: Formulation, Implementation and Control* (6th ed). New York: Irwin Mc. Graw Hill.
- Porter, E., Michael. 1980. *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Agus Maulana. 1997. Jakarta: Erlangga.
- Porter, E., Michael. 1993. *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Tim Penerjemah Binarupa Aksara. 1994. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Puji, Adjie dan Setia. Juli, 2002. *Adu Strategi: Merengkuh Pelanggan Baru. Selular*, hlm. 53.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (edisi kedelapan). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Satumed, *Bahaya Telepon Seluler Pada Anak*, (Online), (<http://www.komputer.mweb.co.id>, diakses 30 April 2002).
- Satumed, *Telepon Seluler Menyebabkan Wajah Panas dan Hidung Tersumbat*, (Online), (<http://www.komputer.mweb.co.id>, diakses 30 April 2002).
- Steiner, G.A. and J.B. Miner. 1977. *Management Policy and Strategy: Text, Readings and Cases*. New York: Macmillan.
- Swastha, Basu, 1980. *Asas-Asas Marketing* (edisi kedua). Yogya: Penerbit Liberty.
- Swastha, Basu, dan Irawan. 1980. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogya: Penerbit Liberty.
- Satyagraha, Hadi. 2001. Pursuing Market Leadership: Be First or Be Better?. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 3(3): 335-348.
- Trend Telemedia. 10 Desember, 2001. Bekal Memasuki 2002. *Warta Ekonomi*, hlm. 6.