BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Bedasarkan hasil pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pekerjaan di bagian pemasaran dan pelayanan, khususnya sebagai TPR (Telkomsel Personal Representative) dilaksanakan secara teliti, cermat, serta tanggap dalam menginformasikan berbagai fasilitas layanan jasa di bidang telekomunikasi selular, dengan tujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan. Dan juga sebagai alat pemasaran PT. Telkomsel dimana TPR melaksanakan program pemasaran dalam bauran pemasaran PT.Telkomsel serta melakukan Personal selling.
2. Kendala yang dihadapi penulis dalam melakukan praktek kerja di PT. Telkomsel sebagai TPR (Telkomsel Personal Representative) antara lain adalah masalah pengaturan waktu oleh penulis saat melaksanakan praktek kerja sering kali datang terlambat atau ke tempat pameran dikarenakan penulis masih harus mengikuti perkuliahan yang masih ada.

5.2 Saran

Maka atas hasil yang telah didapatkan dari kegiatan praktek kerja, penulis mencoba untuk member saran-saran yang diharapkan bias dijadikan sebagai masukan kepada PT.Telkomsel. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kriteria sumber daya manusia yang menangani pekerjaan pemasaran dan pelayanan khususnta TPR agar ditinjau dan dilihat tidak hanya dari penampilan luarnya saja tetapi dilihat dari kemampuan dalam berkomunikasi, kemampuan intelektual dan wawasan yang luas sehingga sebagai ujung tombak pemasaran maka dapat memberikan penjelasan dengan baik dan tepat serta membuat calon pelanggan untuk tidak memilih *provider* lain.
2. Selain kepuasan pelanggan, Telkomsel juga sebaikny memperhatikan kesejahteraan-kesejahteraan pihak yang terlibat langsung menangani *end user* yaitu para outlet dan para TPR (Telkomsel Personal Representative) serta para distributor dengan sara memberikan penghargaan serta bonus kepada mereka yang melakukan penjualan melebihi target dari perusahaan, karena mereka ini sebagi ujung tombak perusahaan dibidang pemasaraan danpelayanan kartu HALO. Dan bukan hanya membua pelanggan saja yang loyal terhadap Telkomsel tetapi juga meningkatkan loyalitas para TPR sehingga *sales force* diharapkan meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun dengan tujuan *keep costumer satisfaction*