

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari pembahasan pada judul Penilaian Konsumen Pada Layanan Produk Perdana Telkomsel, maka dapat ditarik kesimpulan berikut:

1. PT Telkomsel merupakan perusahaan BUMN yang menyediakan telekomunikasi seluler di Indonesia. Perusahaan mulai beroperasi secara komersil pada tahun 1995, dan menjadi perusahaan penyedia layanan telekomunikasi seluler pertama di Indonesia.
2. Produk kartu perdana Telkomsel yang ditawarkan adalah:
 - a. Kartu Perdana kartuHalo satu-satunya produk Telkomsel yang dapat digunakan untuk pascabayar ataupun Prabayar
 - b. Kartu perdana simPATI
 - c. Kartu Perdana kartuAS
 - d. Kartu Perdana Loop
3. PT Telkomsel Branch Semarang lokasi terletak di jantung kota Semarang. Lokasi ini merupakan lokasi yang sangat strategi untuk menjalankan kegiatan perusahaan berada di antara gedung-gedung pemerintahan pusat dari lalulalangnya kegiatan bisnis di Kota Semarang.
4. Struktur organisasi perusahaan merupakan gambaran skematis tentang hubungan kerjasama yang ada dalam perusahaan untuk mencapai sasaran. Struktur organisasi ini menggambarkan pembagian kerja, garis-garis wewenang, pembatasan tugas dan tanggung jawab dari unit-unit organisasi yang ada dalam suatu perusahaan. Berdasarkan teori yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Struktur Organisasi PT Telkomsel Branch Semarang tergolong dalam struktur Organisasi dalam bentuk Fungsional karena Karyawan - karyawan yang memiliki keterampilan skill dan tugas yang sama akan dikelompokkan bersama ke dalam satu unit

kerja serta Struktur Organisasi bentuk ini dapat menekan biaya operasional.

5. Menurut Asmawi Zainul, 2012 Penilaian adalah suatu proses untuk mengambil keputusan dengan menggunakan informasi yang diperoleh melalui pengukuran hasil belajar baik yang menggunakan tes maupun non tes. Menurut Djemari mardi (1999:8) penilaian adalah kegiatan menafsirkan atau mendeskripsikan hasil pengukuran.
6. Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan Parasuraman (Japariato, 2007) yang dikenal dengan istilah *service quality* yang berdasarkan pada 5 dimensi kualitas, yaitu bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*reponsiveness*), jaminan (*asurance*), dan kepedulian (*empathy*). Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan.
7. Penilaian konsumen merupakan suatu cara atau proses yang dilakukan oleh setiap konsumen sebelum mereka melakukan keputusan untuk membeli suatu barang atau menggunakan suatu jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka.
8. Berdasarkan Teori Penilaian Konsumen dapat mengambil kesimpulan bahwa seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk atau jasa yang benar-benar mampu untuk memenuhi akan kebutuhan konsumen tanpa mengurangi kualitas produk atau mengurangi nilai yang dimiliki oleh produk tersebut. Setiap konsumen mempunyai persepsi yang berbeda-beda terhadap suatu produk yang ditawarkan. Persepsi konsumen terhadap suatu produk sangat menentukan konsumen di dalam memilih suatu produk yang dibeli atau yang akan di beli. Untuk memenuhi tujuan tersebut konsumen dituntut melakukan penilaian terhadap produk yang ada di pasar untuk menentukan pilihannya dari sekian banyak

barang atau jasa yang tersedia sehingga dapat memberikan utilitas tertinggi baginya. Oleh sebab itu suatu perusahaan sebagai produsen sangat mempertimbangkan persepsi konsumen terhadap produk yang dihasilkan atau yang akan dijual kepada konsumen.

9. PT Telkomsel Branch Semarang Pengawasan dalam Penilaian Kosumen dilakukan dengan menerapkan CRM (Customers Relationship Management). Sistem yang digunakan ini sangat memberikan solusi bagi Telkomsel di dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengawasi penilaian pelanggan serta memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat dan meminimalisir kesalahan-kesalahan yang ada.