

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Terdapat dua tujuan komunikasi yang ditetapkan oleh Telkomsel dalam mempromosikan produk TCASH. Namun kedua tujuan ini memiliki cakupan yang berbeda jika ingin dicapai secara bersamaan.
2. Pesan-pesan yang disampaikan melalui alat-alat komunikasi masih sebatas menunjukkan tentang *awareness* belum ada yang menunjukkan tentang *loyalitas*.
3. Core value berasal dari kantor pusat, sedangkan Branch Yogyakarta hanya sekedar membuat program saja
4. Belum semua target sasaran yang berada dikawasan Telkomsel Branch Yogyakarta mengetahui tentang keberadaan, fungsi, dan cara pemakaian dan produk TCASH karena ekosistem TCASH yang dibangun belum berjalan secara *sinkron*.
5. Masih sedikitnya *merchant* lokal yang bekerjasama dengan TCASH.
6. Masih minimnya tools untuk pengisian saldo TCASH yang hanya terdapat tiga tempat selain GraPARI ini mengakibatkan lebih besarnya *demand* dibandingkan *supplynya*.

B. Saran

Mengacu pada analisis data dan kesimpulan tersebut, peneliti dapat memberikan saran kepada Telkomsel Branch Yogyakarta bahwa :

1. Perlu menambah *tools* pengisian saldo yang bisa dilakukan dengan menggandeng konter-konter atau outlet-outlet, serta *merchant* lokal yang bekerjasama dengan produk TCASH ditambah dengan akses *top up* atau pengisian saldo
2. Memanfaatkan *Convenient stores network* yang berada di Yogyakarta untuk dimaksimalkan sebagai tempat untuk pengisian saldo.
3. Bekerjasama juga dengan kantin sekolah atau kampus selain sebagai alat pembayaran namun dapat digunakan untuk *top up* atau isi saldo.
4. Membangun *flash lounge* di kampus-kampus sebagai sarana promosi TCASH serta edukasi dan pengisian saldo.
5. Memanfaatkan Loop Station sebagai tempat untuk pengisian saldo dan juga tempat untuk edukasi TCASH karena disana terdapat banyak *sales* yang bisa digunakan untuk alat *personal selling*.
6. Telkomsel Branch Yogyakarta bisa menambah *merchant* lokal seperti bekerja sama dengan *café-café* atau tempat-tempat yang sering anak muda kunjungi. Dengan mengusung promo diskon ditempat tersebut bisa jadi banyak yang ingin menggunakan TCASH.
7. Saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti dari segi yang berbeda, misalnya dari segi persepsi pengguna TCASH atau teknologi NFC.