

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kerja profesi yang telah dilaksanakan selama ±3 bulan di PT Astrido Daihatsu Serpong pada Divisi Sales Marketing, praktikan memperoleh banyak pengalaman dan pembelajaran yang sangat berharga. Kerja profesi ini tidak hanya memperkenalkan mahasiswa pada dunia kerja secara langsung, tetapi juga menjadi sarana penerapan ilmu manajemen pemasaran secara nyata.

Praktikan terlibat langsung dalam berbagai kegiatan penting seperti penyusunan laporan penjualan, follow-up calon pelanggan, penyusunan surat penawaran harga, hingga kegiatan promosi digital dan konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa divisi marketing memiliki peran sentral dalam menjaga kinerja perusahaan di tengah persaingan industri otomotif yang ketat.

Melalui kerja profesi ini, praktikan juga belajar mengenai pentingnya kerja sama tim, komunikasi bisnis yang efektif, manajemen waktu, serta etika kerja profesional. Pengalaman sebagai karyawan tetap yang juga menjalani kerja profesi membuat pembelajaran menjadi lebih kontekstual dan nyata, sehingga dapat membentuk kesiapan untuk menghadapi tantangan di dunia kerja setelah lulus nanti.

1.2 Saran

Berdasarkan pelaksanaan kerja profesi di PT Astrido Daihatsu Serpong, berikut adalah lima saran yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan untuk meningkatkan efektivitas operasional, khususnya di Divisi Sales Marketing:

1. Peningkatan Sistem Pengelolaan Database Konsumen

Disarankan agar perusahaan mengoptimalkan sistem CRM (Customer Relationship Management) yang lebih terintegrasi dan mudah diakses, agar

data prospek dan pelanggan lebih akurat, lengkap, serta minim duplikasi. Hal ini akan sangat membantu dalam proses follow-up dan analisis pemasaran.

2. **Penyusunan SOP untuk Follow-Up Calon Pelanggan**

Perusahaan sebaiknya membuat standar operasional prosedur (SOP) tertulis mengenai tahapan dan interval follow-up calon konsumen, agar semua staf marketing memiliki panduan yang konsisten dalam menjaga komunikasi dan meningkatkan potensi closing.

3. **Pelatihan Rutin Terkait Produk dan Teknik Komunikasi**

Diperlukan pelatihan secara berkala bagi seluruh tim marketing mengenai update spesifikasi produk, program pembiayaan, serta teknik komunikasi persuasif yang sesuai dengan tren konsumen saat ini, agar kualitas pelayanan tetap kompetitif.

4. **Peningkatan Ketersediaan Peralatan Kantor dan Sarana Penunjang**

- Beberapa hambatan teknis seperti keterbatasan akses komputer, printer, dan mesin fotokopi masih ditemukan. Penyediaan alat kerja yang memadai akan meningkatkan efisiensi administrasi dan kenyamanan kerja karyawan maupun praktikan.

5. **Evaluasi dan Inovasi Strategi Promosi Digital**

Perusahaan disarankan untuk rutin mengevaluasi efektivitas kampanye promosi digital, serta terus berinovasi dengan pendekatan konten yang lebih kreatif, seperti video interaktif, ulasan pelanggan, dan promosi berbasis momen (event-based marketing) di media sosial