

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan di atas yang dilakukan untuk mengetahui Optimalisasi Proses Pemasaran Produk Untuk Keberanjutan Bisnis Dalam Menyokong Efisiensi Operasional Di Perusahaan Kliktron Indonesia memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil praktik kerja maka maksud dan tujuan dari praktik kerja ini yaitu penulis berkesempatan dapat mengenal lingkungan kerja yang sesungguhnya dalam *bidang Marketing dan Administrasi* penulis juga dapat merasakan kerja di lapangan.
2. Selama pengamatan, diketahui bahwa Kliktron Indonesia melakukan transaksi dengan konsumen melalui surat sebagai bukti bahwa konsumen telah menyewa iklan videotron. Surat-surat tersebut mencakup: Surat Pembelian, Surat Penjualan, Rancangan Anggaran Biaya, Permintaan Placement, Penawaran Billboard, dan Surat Penawaran Kerjasama yang semuanya sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.
3. Selama pengamatan, diketahui bahwa Kliktron Indonesia melakukan proses pemasaran produk melalui online dengan menyediakan akses sosial media seperti Linktree, Aplikasi, Instagram yang dapat menjangkau dan melihat kebutuhan para konsumen. Selain itu, hasil dari pemasaran tersebut Kliktron mengalami penjualan yang paling tinggi pada bulan

April 2024 sebesar Rp. 121.060.460 hal ini dikarenakan adanya *event* besar yaitu *Bulan Puasa & Hari Raya Idul Fitri* dari beberapa konsumen yang sudah berlangganan, kerjasama dan konsumen baru.

4. Selama pengamatan, diketahui bahwa Kliktron Indonesia memiliki target pasar yang tepat untuk produk yang di sediakan, dengan memasarkan produknya kepada masyarakat melalui konsep B2B (Business to Business) model bisnis yang dilakukan antara pelaku bisnis dengan pelaku bisnis lainnya yang bersifat personal, B2C (Business to Costumer) model bisnis yang dilakukan antara pelaku bisnis dan konsumen secara langsung, C2G (Consumer to Government) model bisnis yang berbeda dan dilakukan oleh perseorangan kepada lembaga pemerintahan.

5.2 SARAN

1. Sebaiknya perusahaan Kliktron Indonesia dalam melakukan pemasaran harus dilakukan pengawasan terhadap sosial media yang telah di tentukan supaya lebih efisiensi dan berjalan dengan baik, konsumen pun tidak merasa kebingungan jika ingin beriklan.
2. Untuk perusahaan Kliktron Indonesia lebih memaksimalkan pemasaran dengan menamabahkan e-commerce lainnya seperti Tokopedia, Bukalapak dan sebagainya.
3. Untuk meningkatkan efisiensi penjualan produk bisa dengan cara promosi melalui event event yang ada di setiap bulan nya supaya bisa menarik kosnumen untuk mempromosikan produknya melalui iklan videotron.