BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kerja praktek yang mengacu pada tujuan, maka penulis menarik kesimpulan bahwa :

Perusahaan Coca-cola merupakan perusahaan minuman ringan yang memiliki pangsa pasar terbesar di dunia, walaupun begitu, perusahaan Coca-cola tetap professional dalam menjalankan program pemasarannya,

Melihat kondisi tersebut, PT Coca Cola Amatil Indonesia harus tetap mempertahankan pangsa pasarnya dengan cara mengorder produk-produknya setiap hari ke pihak-pihak outlet. Dimana untuk dapat melakukan *order* tersebut, *sales representative* mempunyai peran yang cukup penting, karena *sales representative.* Melakukan *order* tiap hari ke outlet-outlet yang ditentukan. Selain melakukan *order, sales representative* juga diberi kesempatan untuk menganalisis peluang-peluang pasar, dimana mereka menganalisis potensi-potensi unyuk membuka outlet baru, dengan cara bernegosiasi dengan pemilik warung, ataupun toko, dimana merupakan salah satu saluran pemasaran. Para Tim SR diberi sebuah alat berbentuk seperti handphone yang dilengkapi oleh GPS, kemudian setiap SR diberi sejumlah barcode untuk ditempel di setiap anak outlet, agar setiap outlet dapat dideteksi keberadaan serta identitasnya, sehingga mengurangi nilai loss yang mungkin dialami perusahaan.

4.2. Saran

1. Bagi Pihak Kampus : Dari segi pengarahan praktek kerja terhadap mahasiswa , kampus sudah cukup baik, akan tetapi untuk waktu pelaksanaan kerja praktek diharapkan lebih ditingkatkan lagi durasinya, karena kami perlu mengenal lebih banyak lagi tentang dunia kerja.

1. Bagi Konsumen : Sebelum memilih produk minuman ringan yang akan dibeli hendaknya konsumen lebih teliti dalam hal kualitas karena kualitas merupakan jaminan bahwa produk itu baik dan layak untuk dikonsumsi.

2. Bagi Perusahaan :

2.1 Untuk tetap mempertahankan kualitas produk, sebaiknya produsen memberikan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen, mempertahankan rasa dari produk, melakukan pengemasan yang baik,. Hal-hal diatas merupakan beberapa alternatif yang bisa ditempuh.

2.2 Perusahaan diharapkan lebih meningkatkan kegiatan-kegiatan dalam berpromosi yang pada saat ini dilakukan maupun dengan melakukan terobosan-terobosan baru. Kaitannya dengan semakin mengenalkan produk kepada kosumen dengan maksud agar konsumen lebih mengenal produk tersebut dan akhirnya mereka membeli kemudian menjadi pelangan tetap.