

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
DI OPTIK EVA JOMBANG**



Oleh:

Ardhanaresvary

(2161087)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PGRI DEWANTARA
JOMBANG**

2024

**LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
DI OPTIK EVA JOMBANG**



Oleh:

Ardhanaresvary

(2161087)

Mengetahui,

Mengetahui/Menyetujui,
Pendamping Lapangan

Jombang, September 2024
Dosen Pembimbing Lapangan


(Ferdian Putra H., S.M)


(Kristin Juwita, SE.MM)
NIDN. 0725038704

Mengetahui,

Prodi Manajemen



(Dr. Erminati Pancaningrum, S.T., M.SM.)
NIDN. 0716097202

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, akhirnya penulis dapat Menyusun laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dengan judul “Kuliah Kerja Magang (KKM) di Optik Eva Jombang”. Hal ini tentunya tak lepas dari beberapa hal yaitu bantuan, dorongan serta bimbingan yang sangat berguna bagi penulis maupun pihak lain.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan KKM ini tidak berhasil tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Abd. Rohim, SE., M.Si., CRA selaku Ketua STIE PGRI Dewantara Jombang
2. Ibu Dr. Erminati Pancaningrum, S.T., M.SM. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang.
3. Ibu Kristin Juwita, SE.MM selaku Dosen Pembimbing Lapangan.
4. Bapak Taufik, Amd.RO selaku pemilik Optik Eva Jombang.
5. Semua karyawan atau staff Optik Eva Jombang.

Penulis menyadari bahwa dalam laporan KKM masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan laporan KKM ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi laporan-laporan selanjutnya.

Jombang, 20 Agustus 2024

Ardhanaresvary

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang	4
1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang	4
1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang	4
1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang	5
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KKM	7
2.1 Sejarah Perusahaan.....	7
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	7
2.3 Kegiatan Umum Perusahaan	8
BAB III PELAKSANAAN KKM.....	10
3.1 Pelaksanaan Kerja Magang	10
3.2 Hasil Pengamatan di Tempat Magang.....	12
3.3 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi	13
BAB IV KESIMPULAN.....	15
4.1 Kesimpulan.....	15
4.2 Saran.....	15
DAFTAR PUSTAKA	17
DAFTAR LAMPIRAN	18

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Aktivitas KKM.....	19
------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Magang	18
Lampiran 2. Form Akitivitas Harian Magang/Log Book.....	19
Lampiran 3. Dokumentasi	24
Lampiran 4. Penilaian Pendamping Lapangan.....	25
Lampiran 5. Penilaian Dosen Pendamping Lapangan	26

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan menjadi salah satu kunci keberhasilan yang tidak bisa diabaikan. Industri optik, termasuk Optik Eva Jombang, tidak hanya berfokus pada penjualan produk, seperti kacamata dan lensa, tetapi juga pada penyediaan layanan kesehatan mata yang berkualitas. Di tengah persaingan yang ketat dan perubahan preferensi konsumen, menjaga loyalitas pelanggan merupakan tantangan besar bagi banyak perusahaan, termasuk Optik Eva Jombang. Salah satu strategi yang dapat diimplementasikan untuk menjawab tantangan ini adalah Customer Relationship Management (CRM) .

CRM (Customer Relationship Management) adalah pendekatan yang dirancang untuk mengelola interaksi antara perusahaan dan pelanggan dengan lebih terstruktur, terukur, dan efektif. CRM (Customer Relationship Management) tidak hanya melibatkan penggunaan teknologi untuk mengelola informasi pelanggan, tetapi juga penerapan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. CRM (Customer Relationship Management) memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku pelanggan, sehingga mereka dapat menawarkan layanan yang lebih personal, tepat waktu, dan relevan. Implementasi CRM (Customer Relationship Management) yang baik dapat membantu Optik Eva Jombang membangun kepercayaan dan meningkatkan

kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan loyalitas dan retensi pelanggan.

Optik Eva Jombang, sebagai salah satu penyedia layanan kesehatan mata di wilayah Jombang, memiliki tantangan tersendiri dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya. Meskipun memiliki basis pelanggan yang kuat, persaingan dari perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama semakin meningkat, termasuk dari optik-optik baru yang mulai menawarkan layanan serupa dengan harga bersaing dan fasilitas digital yang lebih memudahkan konsumen. Selain itu, pergeseran perilaku konsumen ke arah digital, di mana pembelian produk dan layanan semakin banyak dilakukan secara online, membuat perusahaan seperti Optik Eva Jombang perlu menyesuaikan strategi pemasaran mereka.

Salah satu masalah yang diamati di Optik Eva Jombang adalah bagaimana perusahaan ini dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada sambil tetap menarik pelanggan baru di tengah persaingan yang semakin sengit. Berdasarkan pengamatan awal, Optik Eva Jombang telah menggunakan beberapa metode untuk menjalin hubungan dengan pelanggan, seperti penawaran diskon dan promosi berkala, tetapi belum secara maksimal memanfaatkan sistem CRM (Customer Relationship Management) untuk mengelola hubungan dengan pelanggan secara holistik. Penerapan CRM (Customer Relationship Management) yang optimal diharapkan dapat membantu perusahaan ini mempersonalisasi layanan, memberikan penawaran yang lebih tepat sasaran, dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan sangat penting dalam industri optik karena pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Selain itu, dalam bisnis optik, pelanggan tidak hanya membeli kacamata atau lensa satu kali, melainkan mereka akan kembali untuk pemeriksaan kesehatan mata berkala, pembelian lensa tambahan, atau memperbarui kacamata mereka. Oleh karena itu, membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan sangat penting. Namun, tanpa sistem CRM (Customer Relationship Management) yang terintegrasi dan optimal, upaya mempertahankan loyalitas pelanggan bisa menjadi kurang efektif.

Penerapan CRM (Customer Relationship Management) di Optik Eva Jombang juga dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai segmentasi pasar, sehingga perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan data pelanggan. Misalnya, dengan memanfaatkan data CRM (Customer Relationship Management) , Optik Eva dapat mengidentifikasi pelanggan yang berpotensi untuk melakukan pembelian ulang dan merancang promosi khusus yang sesuai dengan preferensi mereka. Selain itu, CRM (Customer Relationship Management) juga memungkinkan perusahaan untuk merespon dengan cepat terhadap masalah atau keluhan pelanggan, meningkatkan kualitas layanan purna jual, dan memperbaiki reputasi perusahaan di mata konsumen.

Dengan memperhatikan latar belakang tersebut, topik magang ini difokuskan pada optimalisasi Customer Relationship Management (CRM) di Optik Eva Jombang. Melalui optimalisasi CRM (Customer Relationship Management) , diharapkan Optik Eva Jombang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara

keseluruhan, yang akan berdampak positif pada tingkat loyalitas dan kepuasan pelanggan. Pemilihan topik ini juga didasari pada pentingnya mengintegrasikan pendekatan pemasaran modern dengan teknologi dan strategi CRM (Customer Relationship Management) yang efektif dalam bisnis layanan kesehatan, khususnya di bidang optik.

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang

Tujuan dari kegiatan magang di Optik Eva Jombang ini adalah untuk:

1. Menganalisis penerapan sistem Customer Relationship Management (CRM) yang telah berjalan di Optik Eva Jombang.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan di Optik Eva Jombang.
3. Mengevaluasi efektivitas CRM (Customer Relationship Management) dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
4. Memberikan rekomendasi mengenai optimalisasi CRM (Customer Relationship Management) yang dapat diterapkan untuk meningkatkan interaksi dan retensi pelanggan.
5. Mengamati hubungan antara penerapan CRM (Customer Relationship Management) dan peningkatan penjualan produk kacamata dan layanan kesehatan mata.

1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang

- Manfaat bagi Mahasiswa

Melalui kegiatan magang ini, mahasiswa akan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep dan penerapan Customer Relationship

Management (CRM) dalam bisnis layanan kesehatan. Pengalaman ini akan membantu mahasiswa memahami bagaimana strategi CRM (Customer Relationship Management) dapat diterapkan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.

- **Manfaat bagi Optik Eva Jombang**

Optik Eva Jombang dapat memanfaatkan hasil analisis dan rekomendasi dari laporan ini untuk mengoptimalkan penggunaan CRM (Customer Relationship Management) dalam strategi pemasaran mereka. Dengan penerapan CRM (Customer Relationship Management) yang lebih efektif, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, dan secara keseluruhan meningkatkan daya saing di pasar.

1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang

Optik Eva Jombang adalah perusahaan yang bergerak di bidang layanan kesehatan mata dan penjualan produk optik, seperti kacamata dan lensa. Beralamat di Jl. Kusuma Bangsa No. 7, Jombang, Optik Eva Jombang juga menyediakan layanan pemeriksaan kesehatan mata yang komprehensif. Tempat ini dipilih karena memiliki basis pelanggan yang cukup besar, serta menggunakan CRM dalam aktivitasnya. Hal ini menjadikan Optik Eva Jombang sebagai tempat yang ideal untuk melakukan observasi dan analisis terhadap penerapan CRM (Customer Relationship Management) dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.

1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang

- Periode Magang: 1 Juli 2024 – 31 Agustus 2024

Pada periode ini, kegiatan akan difokuskan pada observasi penerapan CRM (Customer Relationship Management), analisis data pelanggan, interaksi langsung dengan konsumen, dan evaluasi terhadap strategi yang diterapkan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

- **Penyusunan Laporan:**

Penyusunan laporan magang akan dilakukan selama 1 minggu setelah masa magang berakhir, yaitu pada minggu pertama bulan September 2024.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

2.1 Sejarah Perusahaan

Optik Eva Jombang didirikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di Jombang dan sekitarnya akan layanan kesehatan mata yang berkualitas. Sejak berdirinya, Optik Eva Jombang memiliki visi untuk menjadi penyedia layanan kesehatan mata yang terpercaya dengan memberikan produk kacamata dan lensa berkualitas tinggi serta layanan pemeriksaan mata yang profesional. Perusahaan ini berkomitmen untuk meningkatkan kualitas penglihatan masyarakat dengan pelayanan terbaik dan produk yang inovatif.

Misi perusahaan ini adalah untuk memberikan solusi kesehatan mata yang menyeluruh kepada pelanggan melalui pendekatan yang profesional dan personal. Mereka berusaha untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dengan mengedepankan layanan yang ramah, akurat, dan tepat waktu. Optik Eva Jombang juga terus berupaya memperluas jangkauan layanannya dan meningkatkan kualitas produk dan teknologi yang mereka gunakan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan gambar struktur organisasi yang disediakan, berikut adalah susunan organisasi Optik Eva Jombang:

1. Taufik, Amd.RO - Direktur & Refraksionis Optision

Sebagai pemimpin perusahaan, Taufik bertanggung jawab atas seluruh operasional dan strategi bisnis perusahaan, termasuk layanan kesehatan mata yang ditawarkan.

2. Ferdian Putra H., S.M - Manager & Asisten Refraksionis

Ferdian berperan sebagai manajer yang mengelola aktivitas operasional sehari-hari perusahaan dan juga membantu dalam tugas refraksionis.

3. Ardhanarevsary - Sales Counter & Administrasi

Bertanggung jawab atas penjualan di counter dan kegiatan administratif yang mendukung kelancaran operasional perusahaan.

4. Laila Fitriyah, S.Sos - IT Publikasi Pemasaran & Sales Counter

Laila mengelola kegiatan pemasaran digital dan IT perusahaan serta melayani pelanggan di counter penjualan.

5. Radian Elcar, S.Kep - Asisten Refraksionis & Sales Counter

Radian bertugas membantu proses refraksionis dan melayani penjualan di counter perusahaan.

Struktur organisasi ini menunjukkan pembagian tanggung jawab yang jelas di Optik Eva Jombang, yang mendukung operasional yang efisien dan pelayanan pelanggan yang optimal.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Sejak berdirinya, Optik Eva Jombang telah mengalami perkembangan yang signifikan, baik dalam hal operasional, pemasaran, maupun skala organisasi. Perusahaan ini bergerak di bidang kesehatan mata, menawarkan berbagai produk optik, seperti kacamata, lensa kontak, dan alat bantu penglihatan lainnya. Selain itu, Optik Eva juga menyediakan layanan pemeriksaan mata yang dilakukan oleh tenaga ahli berlisensi.

Dalam hal pemasaran, Optik Eva Jombang terus memperluas jangkauannya melalui strategi pemasaran digital dan offline. Mereka aktif mempromosikan produk dan layanan mereka melalui media sosial dan kampanye pemasaran lokal. Selain itu, perusahaan ini juga memanfaatkan teknologi terkini dalam pemasaran dengan mengedepankan layanan online untuk konsultasi dan pemesanan produk.

Secara operasional, Optik Eva Jombang tidak hanya menyediakan produk optik, tetapi juga menjalankan pemeriksaan kesehatan mata untuk memastikan bahwa setiap produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dalam hal keuangan, perusahaan terus berupaya menjaga stabilitas dan pertumbuhan melalui manajemen yang efisien dan strategi bisnis yang tepat.

Meskipun masih berkembang, Optik Eva Jombang belum tercatat menerima penghargaan resmi dari pemerintah atau lembaga lain. Namun, perusahaan ini tetap fokus pada peningkatan layanan dan kualitas produk demi mendapatkan pengakuan lebih luas di masa depan.

BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

3.1 Pelaksanaan Kerja Magang

Magang di Optik Eva Jombang dilaksanakan mulai dari tanggal 1 Juli 2024 hingga 31 Agustus 2024. Selama periode tersebut, waktu kerja yang ditetapkan adalah hari Senin hingga Sabtu, dengan jam operasional dimulai dari pukul 08.00 hingga 20.00 WIB. Tempat magang berlokasi di Jl. Kusuma Bangsa No. 7, Jombang, yang merupakan pusat operasional Optik Eva.

Selama magang, penulis ditempatkan di bagian pemasaran dan penjualan dengan tanggung jawab utama dalam membantu mengelola Customer Relationship Management (CRM) serta mendukung aktivitas promosi produk optik. Penulis juga ditempatkan di sales counter, di mana penulis bertanggung jawab langsung kepada Ferdian Putra H., S.M., selaku Manager dan Asisten Refraksionis.

Berikut adalah rincian tanggung jawab yang diemban penulis:

1. **Pengelolaan Customer Relationship Management**

Penulis bertanggung jawab dalam memasukkan data pelanggan baru dan pembaruan informasi pelanggan di sistem Customer Relationship Management. Melakukan analisis data pelanggan guna mengidentifikasi tren perilaku dan preferensi konsumen, terutama digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan penjualan.

Author juga melakukan interaksi dengan pelanggan secara elektronik melalui surel, media sosial, dan ruang komunikasi khusus lainnya guna memenuhi

kebutuhan informasi pelanggan serta menindaklanjuti keluhan ataupun pertanyaan mereka.

2. Mendukung Kegiatan Promosi Produk

Penulis membantu desain serta menyusun konten promosi media sosial seperti membuat materi visual dan tulisan yang menarik perhatian pelanggan.

Ikutserta dalam perencanaan dan pelaksanaan kampanye promosi guna meningkatkan penjualan produk optik, baik secara online maupun di toko fisik.

Penulis juga turut berpartisipasi dalam penyelenggaraan event promosi lokal, membantu dalam kesiapan dan pelaksanaan event yang bertujuan untuk memperkenalkan produk baru kepada pelanggan.

3. Menyusun Laporan Penjualan dan Analisis

Penulis berperan dalam menyusun laporan terkait performa penjualan mingguan dan efektivitas kampanye promosi yang telah dijalankan. Laporan ini digunakan manajemen untuk melakukan evaluasi strategi penjualan dan pemasaran yang berjalan guna memutuskan tindakan selanjutnya.

4. Kolaborasi dengan Divisi Lain

Penulis berkolaborasi dengan tim penjualan dalam membuat strategi penawaran dan promosi yang tepat sasaran sesuai analisis CRM yang diberikan.

Materi digital dalam kampanye promosi, penulis akan berkolaborasi dengan tim desain untuk visual dan konten promosi sesuai branding perusahaan.

Penulis juga berkolaborasi dengan tim operasional dalam penyelenggaraan event promosi di toko agar stok produk dan layout toko mendukung kegiatan promosi.

3.2 Hasil Pengamatan di Tempat Magang

Selama pelaksanaan magang, penulis mengamati beberapa masalah yang dihadapi, terutama terkait dengan optimalisasi CRM (Customer Relationship Management) dan pelaksanaan pemasaran digital. Masalah utama yang muncul adalah kurangnya pemanfaatan sistem CRM (Customer Relationship Management) secara menyeluruh. Meskipun Optik Eva telah memiliki sistem CRM (Customer Relationship Management) , banyak data pelanggan yang belum diperbarui secara berkala, sehingga informasi yang dimasukkan kurang akurat. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat sasaran, terutama ketika ingin memberikan promosi yang dipersonalisasi kepada pelanggan.

Kendala lain yang penulis amati adalah kurangnya keterlibatan dalam pemasaran digital, di mana tim pemasaran masih mengandalkan metode pemasaran tradisional dan belum sepenuhnya memanfaatkan media sosial secara efektif. Selain itu, tantangan juga muncul dalam koordinasi antar departemen, terutama dalam hal pembaruan data dan promosi digital yang memerlukan kolaborasi antara tim IT, pemasaran, dan administrasi.

Beberapa faktor penyebab masalah tersebut antara lain:

1. Kurangnya pelatihan staf dalam penggunaan dan optimalisasi CRM (Customer Relationship Management) , sehingga banyak data yang belum diinput atau diperbarui secara rutin.

2. Minimnya alokasi sumber daya untuk pemasaran digital, baik dari segi waktu maupun tenaga kerja yang memiliki kemampuan khusus di bidang digital marketing.
3. Kurangnya sistem koordinasi yang terstruktur antara berbagai departemen dalam hal pembagian tugas terkait promosi dan pengelolaan data.

3.3 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi

Berikut beberapa solusi yang dapat diajukan untuk mengatasi masalah yang kandas di atas selama pelaksanaan magang.

1. Pelatihan dan Pengembangan Kompetensi dalam Penggunaan CRM (Customer Relationship Management). Salah satu cara untuk mengoptimalkan penggunaan CRM adalah dengan memberikan pelatihan kepada seluruh staf yang terkait dengan pengelolaan pelanggan khususnya pada bagian penjualan dan administrasi. Pelatihan ini bisa mencakup cara input data yang benar, analisis data pelanggan dan penggunaan CRM untuk mempersonalisasi strategi pemasaran. Customer Relationship Management teori menjelaskan bahwa dengan pemanfaatan teknologi secara optimal, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional (Buttle & Maklan, 2015).
2. Meningkatkan Sumber Daya untuk Pemasaran Digital. Cara terbaik untuk memperkuat strategi pemasaran digital untuk Optik Eva Jombang adalah dengan memberikan lebih banyak sumber daya dengan mengembangkan divisi pemasaran digitalnya melalui perekrutan profesional yang berspesialisasi dalam pemasaran digital dan/atau menyelenggarakan program pelatihan intensif untuk tim pemasaran saat ini. Strategi tersebut akan didukung oleh

teori pemasaran digital yang menekankan kemampuan pelanggan untuk mendorong efektivitas dalam meningkatkan kesadaran merek dan loyalitas melalui jejaring sosial (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

3. Meningkatkan Koordinasi Antar Departemen. Diperlukan adanya sistem koordinasi yang lebih baik antar departemen terutama pada pembagian informasi pelanggan dan pelaksanaan kampanye pemasaran, seperti mengadakan rapat mingguan yang melibatkan tim IT, tim pemasaran, dan administrasi. Dengan cara ini dapat dibuat jaminan bahwa setiap kampanye pemasaran tergantung pada basis data yang akurat dan relevan. Teori manajemen operasional mengajarkan bahwa komunikasi dan koordinasi yang efektif antar tim dapat meningkatkan efisiensi dan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Dengan implementasi aplikasi atas beberapa solusi tersebut di atas, maka Optik Eva Jombang diharapkan lebih bisa mengoptimalkan penggunaan CRM supaya kegiatan marketing digital ke arah yang lebih efektif dan loyalitas pelanggan meningkat.

BAB IV

KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil magang yang dilakukan di Optik Eva Jombang selama periode 1 Juli 2024 hingga 31 Agustus 2024, beberapa kesimpulan utama dapat diambil. Pertama, implementasi Customer Relationship Management (CRM) di Optik Eva Jombang belum optimal, terutama dalam hal pembaruan dan penggunaan data pelanggan. Data pelanggan yang kurang terkelola dengan baik menyebabkan hambatan dalam menjalankan strategi pemasaran yang efektif dan tepat sasaran. Kedua, pemasaran digital belum dimanfaatkan sepenuhnya untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Strategi pemasaran yang lebih banyak dilakukan secara tradisional perlu diperkuat dengan kehadiran di media digital. Ketiga, koordinasi antar bagian, terutama antara tim pemasaran, penjualan, dan administrasi, masih memerlukan perbaikan untuk memastikan pelaksanaan kampanye pemasaran yang lebih terarah dan terintegrasi.

Secara keseluruhan, Optik Eva Jombang memiliki potensi besar untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui optimalisasi CRM (Customer Relationship Management) dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran.

4.2 Saran

- Untuk Optik Eva Jombang

Optimalisasi Penggunaan CRM (Customer Relationship Management) : Optik Eva Jombang sebaiknya memberikan pelatihan intensif kepada seluruh staf yang terlibat dalam pengelolaan pelanggan untuk mengoptimalkan penggunaan CRM (Customer

Relationship Management) Pembaruan data pelanggan, secara berkala dan pemanfaatan informasi yang dihasilkan dari CRM (Customer Relationship Management) akan membantu perusahaan dalam membuat strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan personal.

Pengembangan Pemasaran Digital: Disarankan untuk meningkatkan alokasi sumber daya pada pemasaran digital. Optik Eva Jombang dapat meningkatkan visibilitasnya melalui promosi aktif di media sosial, pembuatan konten yang menarik, dan peningkatan keterlibatan dengan pelanggan secara online.

Peningkatan Koordinasi Antar Tim: Untuk meminimalkan hambatan dalam pelaksanaan strategi pemasaran, perlu diadakan rapat koordinasi rutin antara tim pemasaran, penjualan, dan administrasi. Dengan cara ini, informasi dapat lebih terintegrasi dan kampanye pemasaran dapat berjalan lebih efektif.

- Untuk STIE PGRI Dewantara Jombang

Pengembangan Kurikulum Berbasis Teknologi Digital: Mengingat pentingnya teknologi digital dalam pemasaran modern, STIE PGRI Dewantara Jombang disarankan untuk menambahkan mata kuliah atau pelatihan terkait pemasaran digital dan pengelolaan CRM (Customer Relationship Management) dalam kurikulum. Hal ini akan membantu mahasiswa untuk lebih siap menghadapi dunia kerja, terutama di industri yang semakin berorientasi pada teknologi.

Peningkatan Program Magang: Institusi dapat memperluas kerjasama dengan perusahaan-perusahaan yang lebih beragam dan memberikan lebih banyak kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan praktis dalam bidang pemasaran dan manajemen berbasis teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A., & Subagyo, H. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada Industri Retail. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 21(2), 145-157. <https://doi.org/10.25105/jmi.v21i2.3980>
- Purba, R., & Susilo, A. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Penjualan pada UMKM di Kota Surabaya. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis Indonesia*, 5(3), 87-95. <https://doi.org/10.22441/jpbi.v5i3.2937>
- Yuliani, N., & Firmansyah, H. (2022). Implementasi Sistem Customer Relationship Management dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Startup. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 10(1), 45-55. <https://doi.org/10.30812/jtik.v10i1.3751>
- Santoso, R., & Setiawan, B. (2019). Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 28(1), 103-112. <https://doi.org/10.20473/jebi.v28i1.3009>
- Hidayat, R., & Pratama, Y. (2021). Analisis Pengaruh Pemasaran Online terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan E-commerce di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 8(4), 299-310. <https://doi.org/10.32528/jema.v8i4.5270>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Magang



OPTIK EVA

Jl. Kusuma Bangsa No. 7 Jombang
Telp. (0321) 3081940 / 08535888841
Email : optikevajombang1@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ferdian Putra H., S.M
Jabatan : Manager PT. EVA RAYA OTOMEDIK
Alamat : Jl. Kusuma Bangsa No. 7 Jombang

Menerangkan bahwa :

No.	Nama	NIM	Prodi
1.	Ardhanaresvary	2161087	Manajemen Pemasaran

Telah menyelesaikan kegiatan magang program mahasiswa di Optik Eva Jombang, dengan jenis pekerjaan di bagian Administrasi & Sales Counter yang dilaksanakan sejak 01 Juli 2024 -- 31 Agustus 2024.

Demikian surat keterangan telah menyelesaikan kuliah kerja magang (KKM) ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jombang, 31 Agustus 2024

Manager Optik Eva Jombang

optik eva
Ferdian Putra H., S.M.



Dipindai dengan CamScanner



Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 2. Form Akitivitas Harian Magang/Log Book

Tanggal	Aktivitas	Bagian Kerja
1 Juli 2024	Orientasi tempat kerja, pengenalan struktur organisasi	Semua Bagian
2 Juli 2024	Pengenalan sistem CRM (Customer Relationship Management) dan pemasukan data awal	Administrasi
3 Juli 2024	Pembaruan data pelanggan dalam CRM (Customer Relationship Management)	Administrasi
4 Juli 2024	Observasi proses penjualan dan interaksi dengan pelanggan	Penjualan & Refraksionis
5 Juli 2024	Pelatihan dasar penggunaan CRM (Customer Relationship Management)	Administrasi
6 Juli 2024	Observasi pemeriksaan kesehatan mata pelanggan	Refraksionis
7 Juli 2024	Rapat evaluasi minggu pertama	Semua Bagian
8 Juli 2024	Pemasukan data pelanggan baru ke CRM (Customer Relationship Management)	Administrasi
9 Juli 2024	Pengamatan perilaku pelanggan di sales counter	Penjualan & Refraksionis
10 Juli 2024	Penyusunan laporan harian pemasaran	Administrasi
11 Juli 2024	Analisis awal data pelanggan dalam CRM (Customer Relationship Management)	Pemasaran
12 Juli 2024	Membantu penjualan kacamata di counter	Penjualan & Refraksionis
13 Juli 2024	Membantu promosi digital (konten untuk media sosial)	Pemasaran Digital
14 Juli 2024	Evaluasi mingguan pemasaran dan penjualan	Pemasaran & Penjualan
15 Juli 2024	Membantu dalam pengelolaan keluhan pelanggan	Administrasi & Penjualan
16 Juli 2024	Pengelolaan stok produk di sistem CRM (Customer Relationship Management)	Administrasi
17 Juli 2024	Analisis data pelanggan untuk promosi personalisasi	Pemasaran & Administrasi
18 Juli 2024	Penyusunan strategi pemasaran berbasis data CRM (Customer Relationship Management)	Pemasaran

19 Juli 2024	Membantu penjualan dan evaluasi pelayanan pelanggan	Penjualan & Refraksionis
20 Juli 2024	Pembuatan konten promosi di media sosial	Pemasaran Digital
21 Juli 2024	Evaluasi mingguan penjualan dan pemasaran	Semua Bagian
22 Juli 2024	Pemasukan data penjualan minggu sebelumnya	Administrasi
23 Juli 2024	Rapat koordinasi antara tim pemasaran dan administrasi	Pemasaran & Administrasi
24 Juli 2024	Observasi pemeriksaan mata rutin	Refraksionis
25 Juli 2024	Evaluasi efektivitas penggunaan CRM (Customer Relationship Management) dalam penjualan	Pemasaran & Penjualan
26 Juli 2024	Pengembangan rencana promosi berbasis analisis CRM (Customer Relationship Management)	Pemasaran
27 Juli 2024	Membantu promosi langsung di sales counter	Penjualan
28 Juli 2024	Evaluasi mingguan dan penyusunan laporan harian	Semua Bagian
29 Juli 2024	Pengelolaan data promosi digital	Pemasaran Digital
30 Juli 2024	Membantu pelayanan di counter penjualan	Penjualan & Refraksionis
31 Juli 2024	Analisis hasil promosi digital untuk evaluasi	Pemasaran Digital
1 Agustus 2024	Membantu dalam pemeriksaan mata	Refraksionis
2 Agustus 2024	Pembuatan laporan mingguan terkait CRM (Customer Relationship Management) dan penjualan	Pemasaran & Administrasi
3 Agustus 2024	Evaluasi mingguan pemasaran dan pelayanan pelanggan	Semua Bagian
4 Agustus 2024	Rapat koordinasi antara tim pemasaran dan penjualan	Pemasaran & Penjualan

5 Agustus 2024	Pengelolaan data pelanggan baru ke dalam CRM (Customer Relationship Management)	Administrasi
6 Agustus 2024	Membantu proses penjualan kacamata di counter	Penjualan & Refraksionis
7 Agustus 2024	Penyusunan laporan bulanan penjualan dan pemasaran	Pemasaran & Administrasi
8 Agustus 2024	Membantu promosi digital dan pengelolaan konten	Pemasaran Digital
9 Agustus 2024	Evaluasi penggunaan data CRM (Customer Relationship Management) dalam promosi	Pemasaran
10 Agustus 2024	Observasi pemeriksaan mata lanjutan	Refraksionis
11 Agustus 2024	Rapat koordinasi bulanan tim pemasaran dan penjualan	Semua Bagian
12 Agustus 2024	Analisis kinerja promosi berbasis CRM (Customer Relationship Management)	Pemasaran
13 Agustus 2024	Membantu penjualan kacamata dan konsultasi pelanggan	Penjualan
14 Agustus 2024	Penyusunan laporan harian dan evaluasi CRM (Customer Relationship Management)	Pemasaran & Administrasi
15 Agustus 2024	Membantu proses pelayanan pelanggan di sales counter	Penjualan
16 Agustus 2024	Evaluasi mingguan terhadap hasil pemasaran digital	Pemasaran Digital
17 Agustus 2024	Rapat koordinasi tim CRM (Customer Relationship Management) dan administrasi	Administrasi

18 Agustus 2024	Pengembangan strategi promosi akhir bulan	Pemasaran
19 Agustus 2024	Membantu promosi langsung di counter penjualan	Penjualan
20 Agustus 2024	Evaluasi mingguan terhadap kinerja tim penjualan	Semua Bagian
21 Agustus 2024	Pengelolaan data promosi digital	Pemasaran Digital
22 Agustus 2024	Membantu dalam pelayanan pemeriksaan mata	Refraksionis
23 Agustus 2024	Pembuatan laporan bulanan pemasaran dan penjualan	Pemasaran & Administrasi
24 Agustus 2024	Evaluasi akhir hasil promosi dan penggunaan CRM (Customer Relationship Management)	Semua Bagian
25 Agustus 2024	Penyusunan laporan akhir magang	Semua Bagian
26 Agustus 2024	Evaluasi akhir magang dan persiapan presentasi	Semua Bagian
27 Agustus 2024	Penyusunan presentasi hasil magang	Semua Bagian
28 Agustus 2024	Latihan presentasi hasil magang	Semua Bagian
29 Agustus 2024	Presentasi hasil magang	Semua Bagian
30 Agustus 2024	Diskusi evaluasi akhir magang	Semua Bagian

31 Agustus 2024	Penutupan magang dan penyerahan laporan akhir	Semua Bagian
-----------------------	---	-----------------

Jombang, 10 September 2024
Manager Optik Eva Jombang



Ferdian Putra H., S.M

Lampiran 3. Dokumentasi



Lampiran 4. Penilaian Pendamping Lapangan



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (BAIK SEKALI) PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471
Email : info@stiedewantara.ac.id website : www.stiedewantara.ac.id

PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG

Nama : Ardhanaresvary
NIM : 2161087
Program Studi : Manajemen
Tempat Magang : Optik Eva jombang
Alamat Tempat Magang : Jl. Kusuma Bangsa No. 7 Jombang
Bagian/Bidang : Administrasi & Sales Counter

No.	Aspek Yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Disiplin kerja	90
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja	94
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja	88
4.	Kreativitas dan ketrampilan	89
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan	90
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja	95
7.	Kemampuan berkomunikasi	88
8.	Produktivitas kerja*	90
Jumlah		724
Nilai Rata-Rata (Jumlah : 8)		90,5

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

*Peserta magang menghasilkan produk/ karya

Catatan:

Jombang, 01 September 2024

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai**,

(.....)

** dituliskan nama pejabat penilai disertai tanda tangan dan stempel perusahaan/instansi

Lampiran 5. Form Penilaian Dosen Pembimbing Lapangan



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (BAIK SEKALI)

PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471

Email : info@stiedewantara.ac.id website : www.stiedewantara.ac.id

PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA

Nama : Ardhanaresvary
NIM : 2161087
Program Studi : Manajemen
Tempat Magang : Optik Eva Jombang
Bagian/Bidang : Administrasi & SalesCounter

No.	Aspek yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Keaktifan konsultasi	92
2.	Motivasi	92
3.	Pengetahuan tentang tugas dalam obyek KKM	92
4.	Tata Bahasa dan kerapian laporan	92
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	92
6.	Sistematika laporan	92
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	92
8.	Kemampuan memberikan alternatif pemecahan masalah	92
Jumlah		
Nilai Rata-Rata (Jumlah : 8)		92

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

Jombang, 11 September 2024

Dosen Pembimbing Lapangan,

(Kristin Juwita, SE.MM)