

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, penulis berhasil mengidentifikasi permasalahan yang ada di 3A Mobilindo Bandar Lampung terkait permasalahan utama yang dihadapi dalam manajemen kinerja yang mempengaruhi daya saing showroom di pasar otomotif. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, baik dalam strategi pemasaran maupun dalam sistem manajemen pelanggan. Meskipun showroom telah mengandalkan pemasaran langsung dan media sosial untuk menarik pelanggan, efektivitas strategi ini masih terbatas karena belum adanya sistem yang terstruktur untuk mengelola data pelanggan serta belum optimalnya penggunaan digital marketing dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Selain itu, daya saing yang tinggi dan perubahan preferensi pelanggan yang cepat menjadi hambatan bagi tim sales dalam mencapai target penjualan. Banyak pelanggan yang membandingkan harga dengan kompetitor, sehingga kebijakan harga yang kompetitif menjadi faktor penting dalam keberhasilan transaksi. Namun, showroom masih mengalami kendala dalam memberikan fleksibilitas harga tanpa mengurangi margin keuntungan. Hambatan lainnya adalah kurangnya pelatihan bagi tim sales dalam menghadapi perkembangan teknologi digital, yang menyebabkan mereka kurang maksimal dalam memanfaatkan platform online sebagai alat pemasaran yang lebih efektif.

Berdasarkan temuan di lapangan, pihak showroom mulai melakukan beberapa langkah strategis untuk mengatasi tantangan tersebut. Salah satu upaya yang dilakukan adalah meningkatkan keterampilan digital tim sales melalui pelatihan, agar mereka lebih terampil dalam menggunakan teknologi pemasaran digital dan memahami pola perilaku konsumen di era digital. Selain itu, showroom mulai mempertimbangkan penggunaan sistem manajemen pelanggan berbasis teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional.

4.1. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di 3A Mobilindo, dapat disimpulkan bahwa identifikasi permasalahan utama terkait strategi manajemen kinerja dan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran serta operasional bisnis. Berdasarkan hasil observasi, showroom 3A Mobilindo perlu meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dengan tidak hanya mengandalkan metode konvensional, tetapi juga harus memperluas cakupan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah pemasaran berbasis media sosial dengan pendekatan lebih interaktif, seperti live streaming untuk memperkenalkan unit kendaraan, membuat design digital pengenalan produk, memberikan promo khusus bagi pelanggan baru maupun pelanggan loyal, serta memanfaatkan iklan berbayar untuk menjangkau lebih banyak *viewers*.

Penerapan strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing showroom di tengah persaingan industri otomotif yang semakin ketat. Selain itu, optimalisasi penggunaan sistem manajemen pelanggan berbasis teknologi dapat membantu showroom dalam mengelola data pelanggan. Dengan strategi pemasaran yang lebih modern dan efisien, showroom 3A Mobilindo berpotensi memperluas jangkauan pasarnya tidak hanya di wilayah Bandar Lampung, tetapi juga ke daerah lain yang memiliki potensi pembeli yang tinggi.