



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

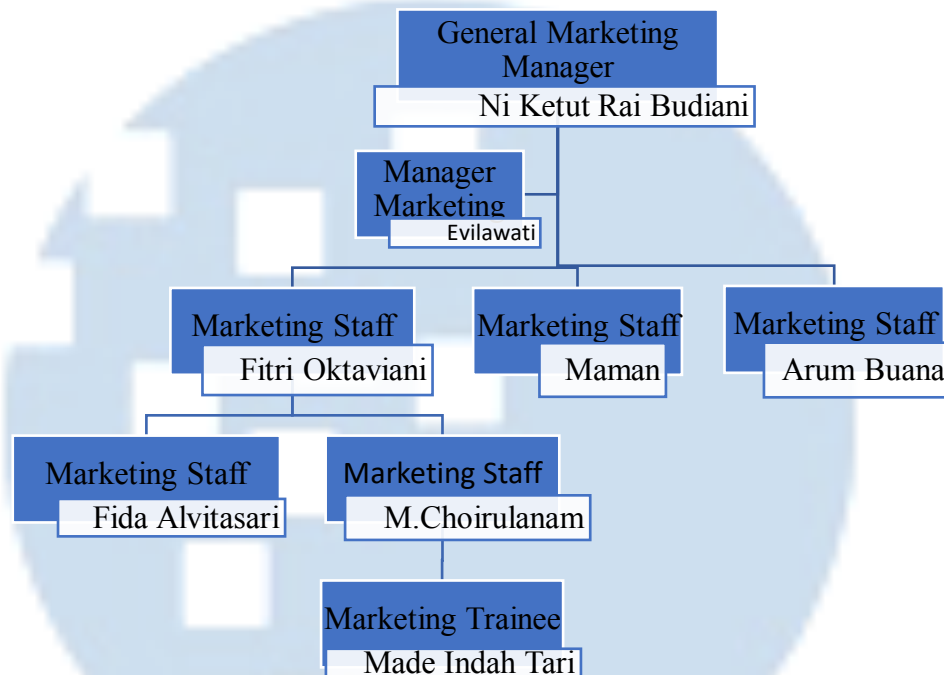
3.1 Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1 Kedudukan

Dalam melakukan praktik kerja magang di PT. Dewata Mahadewi, penulis bekerja di bidang *staff marketing*. Dalam divisi marketing, penulis dibimbing oleh Ibu Evilawati selaku *Manager marketing*. Di dalam melakukan tugas, penulis mendapatkan tugas yang bertanggung jawab untuk mencari data *customer*, menawarkan harga kepada *customer*, menghitung volume udara dan darat untuk menentukan harga, mengikuti meeting internal divisi *marketing*. Juga membantu divisi keuangan untuk pengeluaran harian.

3.1.2 Koordinasi

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di divisi marketing pada PT. Dewata Mahadewi, penulis berkordinasi dengan Ibu Ni Ketut Rai Budiani selaku *General manager marketing*. Penulis berkordinasi dengan Ibu Evilawati selaku *manager marketing*, berkordinasi dengan Ibu Fitri selaku *marketing staff* untuk memberikan informasi mengenai data *customer* baru , penulis berkordinasi dengan Bapak Maman selaku *marketing staff* untuk memberikan informasi mengenai data *customer* baru kepada Bapak Maman, penulis berkordinasi dengan Bapak Anam selaku *marketing staff* untuk memberikan informasi mengenai data *customer* baru kepada Bapak Anam, penulis berkoordinasi dengan Ibu Fida selaku *marketing staff* untuk memberikan informasi mengenai data *customer* baru kepada Ibu Fida.



Sumber : data sekunder PT. Dewata Mahadewi
Gambar 3.1 Struktur Praktik Kerja Magang

3.2 Tugas yang dilakukan

Penulis melakukan tugas kerja magang di divisi marketing PT. Dewata Mahadewi yang dilakukan pada tanggal 01 september 2021 – 01 desember 2021. Di dalam praktik kerja magang penulis mendapatkan tugas tugas seperti *operation*, administrasi, data analisis dan *personal selling*. Ini adalah tugas yang telah di berikan kepada penulis ditunjukkan pada table 3.1.

Table 3.1 Tugas yang dilakukan oleh penulis selama praktik kerja magang

| No | Jenis Pekerjaan | Koordinasi |
|--------------------------------------|--|---------------|
| A. Menghitung Kubikasi barang | | |
| 1 | Menghitung volume barang udara serta menghitung volume darat untuk menentukan harga suatu barang | Ibu Evilawati |
| B. Administrasi | | |

| | | |
|----------------------------|---|---|
| 1 | Mendata kas berupa uang keluar masuk kas, mendata nomor invoice | Ibu Ni Ketut Rai Budiani |
| C. Data Analysis | | |
| 1 | Weekly Meeting (membahas kendala setiap minggunya) | Bapak Trisna Sumaryanta |
| 2 | Memberikan harga kepada <i>customer</i> | Ibu Evilawati |
| 3 | Menjelaskan Flow chart operasional ke <i>customer</i> | Ibu Putu Chandra Ayu |
| 4 | Membuat data <i>omset</i> dan menganalisis <i>omset</i> yang ada | Ibu Evilawati |
| 5 | Membuat data perusahaan yang menggunakan jasa perusahaan yang terbanyak hingga tersedikit | Ibu Evilawati |
| D. Personal Selling | | |
| 1 | <i>Prospecting</i> | Ibu Fitri Oktaviani, Bapak Maman, Ibu Arum Buana dan Bapak M. Choirulanam |
| 2 | <i>Information gathering</i> | Bapak Trisna Sumaryanta |
| 3 | <i>Communicating</i> | Ibu Fitri Oktaviani dan Pak Maman |
| E. Brand Awareness | | |

| | | |
|---|--|---------------------|
| 1 | Mengingatkan customer mengenai <i>brand</i> perusahaan | Ibu Fitri Oktaviani |
|---|--|---------------------|

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan dan Implementasi Kerja Magang

Dalam melakukan praktik kerja magang di PT. Dewata Mahadewi, penulis melakukan tugas utama yang berkaitan dengan Peran *Marketing*. Secara umum, penulis bertanggung jawab atas kategori pekerjaan PT. Dewata Mahadewi, Visi Misi Nilai dan Budaya Perusahaan, Logo dan Makna Logo, *Company Profile*, *Flyer*; *Brosure*; *Video Content*; *Salesmanship*, SWOT Analisis, Surat Perkenalan; Penawaran; Kontrak; *Price list*, Sistem pelaporan *Marketing*, *AWB*; *STB*; *Manifest*; *DS*, menghitung Berat *Actual*, Berat Volume, *Packing* Asuransi, PPN, Sistem Pembayaran, *SDS*; *OSN*; *COD*; *POD*; transportasi, Berikut ini, merupakan detail pekerjaan yang dilakukan penulis dalam melakukan praktik kerja magang di PT. Dewata Mahadewi.

A. Menghitung Volume Dan Kubikasi Barang

1. Menghitung Volume Udara dan Darat

Melaksanakan praktik kerja magang di PT. Dewata Mahadewi, penulis diajarkan menghitung volume udara. Saat hari ke – 7 magang. Menghitung volume udara adalah $P * L * T : 6.000$ yang akan menjadikan hasil akhir yang akan dibayarkan oleh customer kepada perusahaan yang bekerja sama dengan pihak vendor yang bekerjasama dengan perusahaan. menghitung volume darat adalah $P * L * T : 4.000$ yang akan dijadikan hasil akhir yang akan dibayarkan oleh *customer* kepada perusahaan dalam hal menangani titipan yang *customer* percayakan untuk perusahaan yang mengantarkan.

2. Menghitung Kubikasi Barang

Pada praktik kerja magang di PT. Dewata Mahadewi, penulis juga diajarkan menghitung kubikasi pada barang. Menghitung kubikasi adalah Volume : 250, dimana hasilnya yang akan menentukan jumlah barang yang akan diangkut oleh armadanya.

B. Administrasi

1. Mengecek laporan uang kas yang masuk dan uang kas yang keluar.

Penulis membantu perusahaan untuk melakukan *checking* terhadap uang kas perusahaan dalam proses pengiriman dokumen, penulis membantu memastikan tidak terjadi pengeluaran uang kas perusahaan secara berlebihan untuk *checking* kas yang diantaranya adanya uang yang masuk dan uang yang keluar yang digunakan perusahaan dalam memberangkatkan armada yang mengantarkan barang maupun dokumen yang dipercayakan customer kepada perusahaan. mengkroscek etol yang digunakan *driver* untuk keperluan memberangkatkan armada yang digunakan untuk mengangkut barang maupun dokumen yang dipercayakan oleh *customer* kepada perusahaan. memastikan tidak ada kas keluar yang berlebihan untuk pengeluaran yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam menunjang kebutuhan kebutuhan dari perusahaan. Berikut merupakan hasil menghitung kas yang masuk dan kas yang keluar dikerjakan oleh penulis pada gambar 3.2.



Sumber : Dokumentasi Pribadi
Gambar 3.2 Cross check Kas

C. Data Analisis

1. Weekly Meeting

Penulis rutin mengikuti meeting marketing yang dilakukan pada hari sabtu. Didalam meeting marketing membahas faktor faktor apa saja yang masih memiliki kendala di dalam menjalankan *project project marketing*, serta membahas cara - cara apa saja yang dapat dilakukan untuk mencegah dan solusi apa saja yang dapat dilakukan dalam melaksanakan *marketing* atau pemasaran yang dapat dilakukan oleh semua *staff marketing* yang bekerja di PT. Dewata Mahadewi agar mendapatkan *omset* untuk mensejahterakan semua karyawan yang bekerja diperusahaan. Penulis dan tim marketing diberikan masukan dan saran agar dapat menyelesaikan atau agar dapat memenuhi omset yang diperlukan untuk memajukan perusahaan. *Staff marketing* tidak hanya memikirkan bagaimana trik trik di dalam penjualan tapi juga memikirkan bagaimana agar semua armada dapat berangkat dan di semua kantor cabang mendapatkan banyak pengiriman untuk bisa memenuhi armada yang akan berangkat karena jika armada kosong akan merugikan, dimana biaya yang dikeluarkan besar tetapi tidak seimbang dengan pemasukan di dalam perusahaan. Berikut merupakan hasil *Weekly Meeting* yang dilakukan oleh penulis pada gambar 3.3.

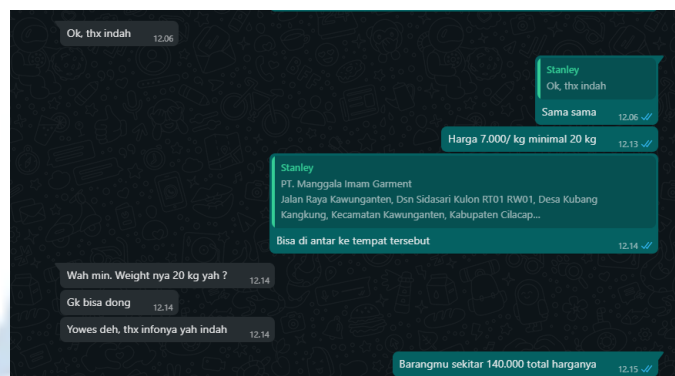
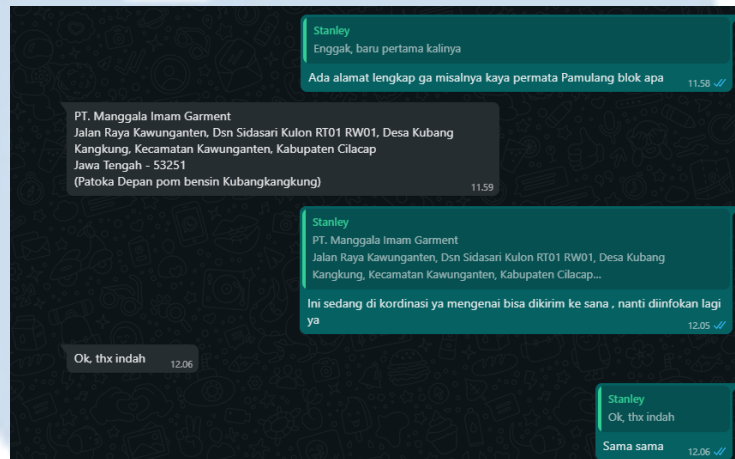


Sumber : Data Perusahaan

Gambar 3.3 Rapat Marketing

2. Menawarkan harga kepada *customer* baru

Penulis diajarkan bagaimana membuat penawaran dengan *customer* baru yang ingin menggunakan jasa pengiriman dari perusahaan. Berikut merupakan hasil chat dengan *customer* baru yang dilakukan oleh penulis pada gambar 3.4.



Sumber: Data Pribadi

Gambar 3.4 penawaran harga ke *customer* baru

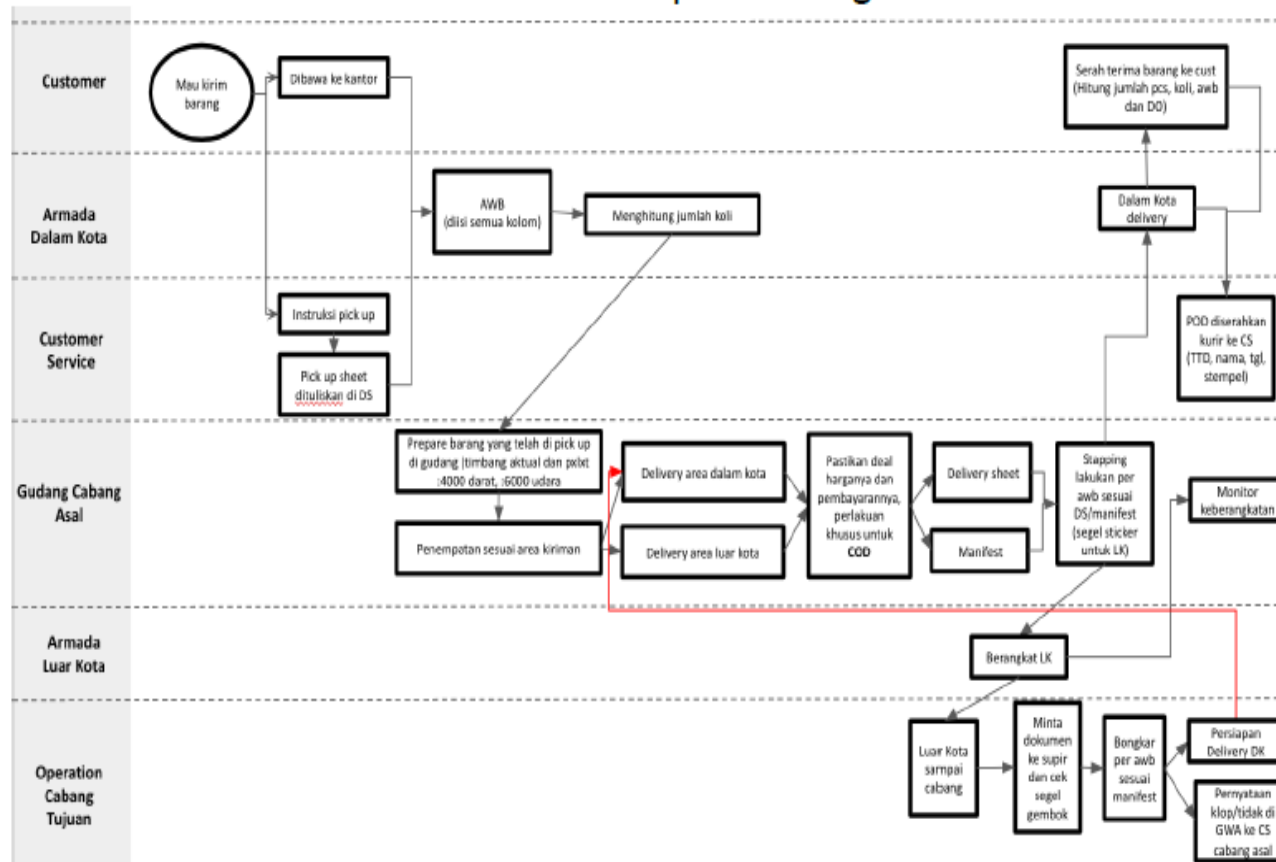
3. Memahami *flow chart*

Penulis diajarkan untuk memahami *flow chart* agar dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dari *customer* yang ingin mengetahui keberadaan barang yang akan dikirimkan ke tempat tujuan *customer*. Berikut merupakan hasil *flow chart* yang diberikan oleh Ibu Putu

Chandra Ayu sebagai *Human Resource Development* yang dipahami oleh penulis pada gambar 3.5.



FLOWCHART OPERATION TRANSEDEMA Express & Logistic



DS adalah kumpulan awb yg diberangkatkan delivery oleh satu armada pada tanggal yg sama
Manifest adalah kumpulan awb tujuan satu kota yg diberangkatkan dengan armada dan hari yg sama

PT Dewata Mahadewi

Sumber : Data Perusahaan
Gambar 3.5 Flowchart PT. Dewata Mahadewi

4. Membuat data omset dan menganalisis omset yang ada

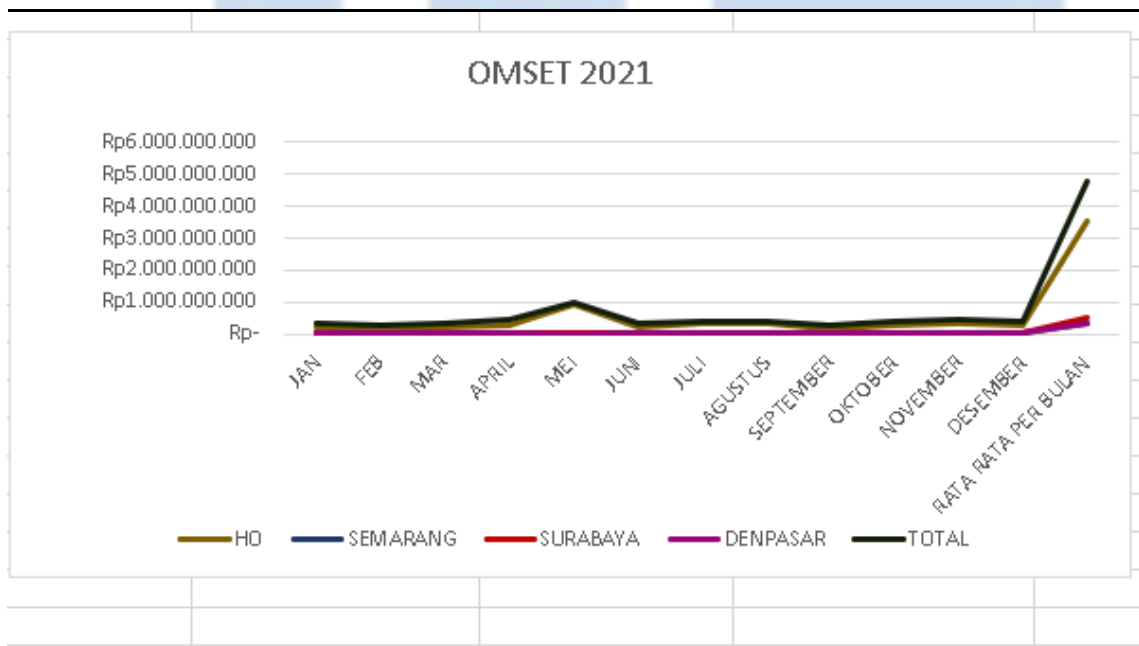
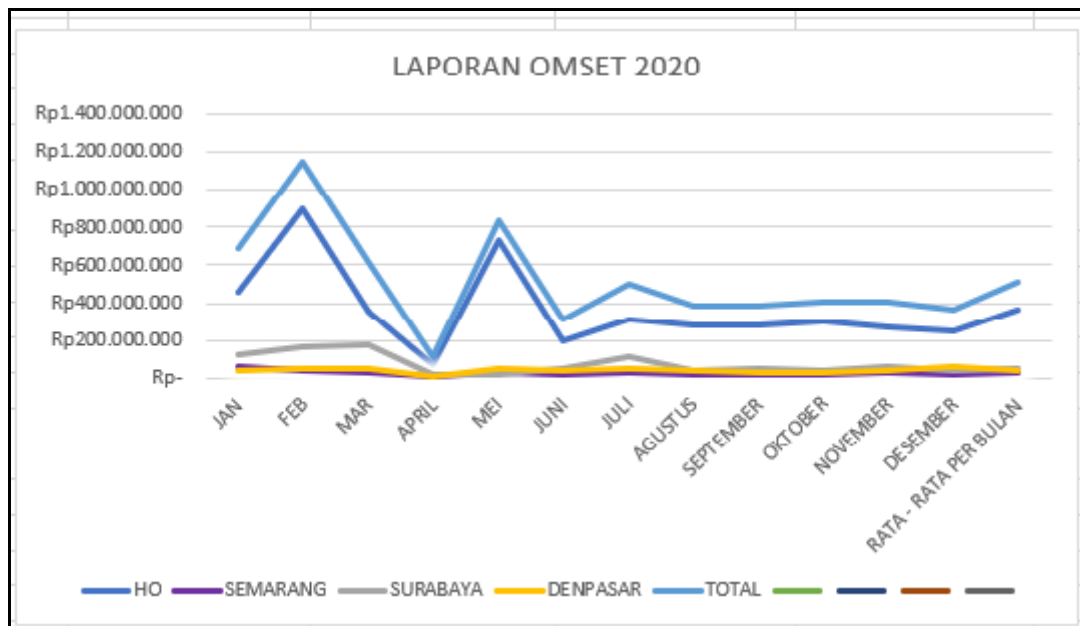
Penulis diajarkan membuat serta membaca *table* omset dari setiap cabang oleh Ibu Evilawati, lalu penulis menginput data data omset yang di dapatkan dari setiap cabang untuk dibuatkan grafik dari hasil omset yang di dapatkan dari setiap cabang agar dapat menganalisis apakah ada lonjakan omset atau penurunan omset yang di dapat setiap 12 bulan dari tahun 2019, 2020 hingga bulan september 2021 yang akan diserahkan kepada Bapak I Nyoman Trisna Sumaryanta yang akan dianalisis dan memberikan semangat agar semua cabang semangat untuk mencari omset yang lebih baik lagi kedepannya untuk memajukan perusahaan. Dengan penulis membuat grafik mengenai omset perusahaan tahun 2020 hingga 2021 maka penulis membantu Bapak I Nyoman Trisna Sumaryanta mengetahui perkembangan omset yang didapatkan oleh perusahaan selama masa pandemic ini apakah mengalami peningkatan yang signifikan atau kenaikan yang biasa biasa saja atau malah mengalami penurunan omset di setiap cabang perusahaan. Berikut merupakan hasil yang dibuat oleh penulis tentang omset dari perusahaan pada gambar 3.6.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA



Sumber : Data Perusahaan

Gambar 3.6 Laporan Omset PT. Dewata Mahadewi

5. Membuat data perusahaan yang menggunakan jasa perusahaan 10 Besar
 Penulis membantu perusahaan di dalam membuat list daftar perusahaan dari yang terbesar hingga terkecil di dalam Microsoft Exel

untuk mengetahui 10 perusahaan yang di ambil untuk terbesar hingga terkecil yang akan dianalisis untuk mengetahui seberapa berpotensi perusahaan yang ditangani oleh perusahaan untuk bisa mencari *customer* baru jika tidak memungkinkan dalam membuat omset menjadi naik.

D. Personal Selling

1. Prospecting

Penulis mencari data *customer* baru dan berkordinasi dengan Ibu Fitri, Bapak Maman, Ibu Fida dan Bapak Anam mengenai data *customer* baru untuk di *follow up* lagi oleh Ibu Fitri, Bapak Maman, Ibu Fida dan Bapak Anam kepada *customer* baru. Mengenai detail dari data customer yang sudah penulis dapatkan untuk disortir apakah ini termasuk *customer* yang berpotensi atau tidak bagi perusahaan ini untuk menambah omset dari perusahaan. Berikut merupakan hasil chat dengan Marketing Staff yang dilakukan oleh penulis pada gambar 3.7.



Sumber : Data Perusahaan

Gambar 3.7 Data *Customer* Baru

2. *Information gathering*

Penulis membantu perusahaan untuk mensurvey mengenai ekspedisi yang digunakan *customer* untuk membandingkan perusahaan dengan ekspedisi pesaing yang telah mereka gunakan untuk mengangkut barang yang akan dikirimkan oleh *customer*.

3. *Communicating*

Penulis mendengarkan bagaimana *staff marketing* perusahaan yang bernama Ibu Fitri di dalam berkomunikasi dengan *customer* perusahaan baru maupun lama yang telah dimiliki oleh perusahaan. penulis mendengarkan bagaimana Ibu Fitri menghubungi *customer*, bertanya mengenai informasi yang telah didapatkan, bertanya apa ada barang yang akan diangkut oleh perusahaan kami. Dengan begitu penulis mengetahui apa yang dibutuhkan oleh *customer* tersebut. Setelah terhubung dengan *customer* tersebut, bahwa diberikan alamat email yang dapat dihubungi untuk perkenalan yang dilakukan dari *staff marketing* kepada *customer* baru yang telah terhubung.



Sumber : Data Sekunder

Gambar 3.8 data Wawancara

E. Brand Awareness

1. Mengingatkan *Customer* mengenai *brand*

Menurut Huang & Sarigöllü (2014) *brand awareness* juga diartikan kesadaran merek yang mengacu pada konsumen untuk mengingat atau mengenali merek dimana kesadaran merek cenderung meningkatkan performa di pasar. Penulis mendengarkan dan mempraktikkan saat menghubungi *customer* baru maupun *customer* lama melalui telepon, bagaimana cara untuk bisa membuat relasi yang bertahan lama dengan *customer* baru maupun *customer* lama agar tetap terjaga hubungan baik dengan perusahaan dan mempercayakan paket yang akan di kirimkan kepada *customer*.

3.3.2 Kendala yang ditemukan

C. Data Analisis

1. *Weekly Meeting*

Kendala yang dialami oleh penulis saat *weekly meeting* adalah terkendala saat *join* di dalam aplikasi skype, biaya dimana harga menjadi tantangan untuk marketing dimana saat mencari *vendor* serta kedekatan dengan *vendor* maupun *customer*, jika *customer* memiliki budget yang kurang maka jangan berdiam diri dengan *customer* tersebut maka akan membuang waktu dan menghambat untuk mencari *customer* yang lain, apapun yang dipikirkan akan terjadi maka hal hal positif yang harus dipikirkan, ada banyak trik yang dapat digunakan saat market dengan *professional* dan akan ada penyelesaian dari permasalahan yang dialami, *customer* yang didapatkan jika tidak bisa di handle maka bisa diserahkan kepada temannya untuk *handle customer* tersebut

2. Menawarkan harga kepada *customer* baru

Kendala yang dialami oleh penulis adalah waktu pengiriman barang yang *customer* mau dengan pengiriman barang yang dimiliki perusahaan berbeda, tetapi perbedaan dengan *competitor* dari perusahaan ini adalah barang yang dikirimkan tidak hingga titik tetapi

memakai 2 kendaraan yang berbeda hingga sampai tempat tujuan. Perusahaan ini walaupun waktu pengantaran barang tidak cepat tetapi langsung hingga ke tempat tujuan dimanapun tujuan yang dibutuhkan oleh *customer*.

3. Memahami *flow chart*

Kendala yang dialami oleh penulis adalah kurang memahami dari *flow chart* yang ada tetapi Ibu Putu Chandra Ayu menjelaskan bagian mana yang penulis kurang pahami dengan *flow chart* yang sudah di berikan, lalu dari *flow chart* tersebut penulis diharapkan mampu untuk menjelaskan kepada *customer* sudah sampai dimana posisi dari barang yang dikirimkan oleh *customer*.

4. Membuat data *omset* dan menganalisis *omset* yang sudah ada

Kendala yang dialami penulis saat membuat grafik dan menganalisa *omset* adalah tidak sesuai antara nilai *omset* riil yang ada di dalam data dengan yang sedang dikerjakan oleh penulis, dimana perlu ketelitian serta perlu konsentrasi untuk dapat menghitung dari *omset* per masing – masing cabang serta dengan keseluruhan *omset* yang ada di dalam perusahaan.

5. Mengumpulkan serta membuat data perusahaan yang menggunakan jasa perusahaan yang terbanyak hingga tersedikit

Kendala yang dialami oleh penulis saat mengumpulkan serta membuat data *customer* adalah terjadinya ketidak sesuaian di dalam mengelompokan masing masing perusahaan yang memakai jasa kami seperti ada yang terlewat, tidak terdeteksi dan berbagai macam kendala yang ditemukan saat mengelompokkan berbagai *customer* yang sama dan menghitung jumlah *omset* dari pengelompokan berbagai *customer*.

D. Personal Selling

1. Prospecting

Kendala yang dialami penulis saat mencari data potensial *customer* adalah informasi yang didapatkan dari data customer baru yang ditemukan mengalami perbedaan lini bisnis yang tertera, perbedaan nomor telepon yang tertera pada informasi yang ditemukan tidak bisa dihubungi, lokasi yang tertera pada informasi yang ditemukan mengalami perbedaan lokasi *customer* sudah berpindah.

2. Information gathering

Kendala yang dialami penulis saat mengobservasi situasi pasar adalah saat mensurvey perusahaan yang ada di daerah Taman Tekno untuk mengetahui perusahaan yang ada di Taman Tekno bergerak di bidang apa untuk penulis mendapatkan informasi yang akurat untuk melaksanakan *personal selling*.

3. Communicating

Kendala yang dialami penulis saat mendengarkan wawancara Ibu Fitri dengan *customer* adalah bahwa nomor telepon yang dihubungi tidak terhubung, nomor telepon yang telah dihubungi tidak merespon pertanyaan yang diajukan *staff marketing* kepada *customer*. *Customer* belum mempunyai barang lebih dari minimum pengiriman yang dimiliki perusahaan, *staff marketing* selalu diberikan nomor telepon yang bersangkutan dengan *sales* dari *customer* baru.

E. Brand Awareness

1. Menghubungi Customer

Kendala yang dialami penulis saat menghubungi customer baru maupun customer lama adalah penolakan yang diberikan oleh customer saat melakukan penjualan kepada mereka untuk memakai ekspedisi perusahaan baik yang dilakukan secara *to the poin* maupun penolakan

yang dilakukan dengan bertele- tele. Penulis kesulitan untuk mengingatkan kesadaran merek kepada *customer*.

3.3.3 Solusi Yang ditemukan

A. Data Analisis

1. Weekly Meeting

Solusi yang ditemukan oleh penulis saat weekly meeting adalah join ke aplikasi skype sebelum satu jam rapat akan dimulai, penulis bisa mendapatkan perbandingan harga dari vendor – vendor untuk menyesuaikan dengan *budget* yang dimiliki perusahaan yang akan dikoordinasikan dengan *customer* jika *customer* memiliki *budget* yang kurang jangan berdiam tetapi mencari vendor yang sesuai dengan *budget* yang dimiliki oleh *customer*. Kita memikirkan trik trik agar bisa menjangkau *customer* dengan vendor – vendor yang sesuai dengan *budget* karena setiap vendor memiliki *budget* yang berbeda beda. Dengan berbagai macam permasalahan yang dihadapi *customer* maka kita tidak bisa menghambat untuk mendapatkan *customer* lain.

2. Menawarkan harga kepada customer baru

Solusi yang ditemukan oleh penulis menawarkan harga kepada *customer* dengan berbagai pertimbangan yang dilakukan oleh perusahaan kepada *customer* baru, sesudah memberikan penawaran kepada *customer* bisa dilakukan negosiasi harga dengan *staff marketing* sebelum terjadi *deal* harga kepada *customer* baru.

B. Personal Selling

1. Prospecting

Solusi yang ditemukan oleh penulis saat mencari data potensial *customer* adalah informasi yang telah didapatkan mengecek kebenaran antara informasi yang didapatkan dengan informasi yang didapatkan langsung dari *customer* baru. Informasi *customer* memiliki perbedaan lokasi dengan informasi yang tertera. Dengan itu yang dapat dilakukan

penulis adalah mengecek ulang mengenai data data yang didapatkan dengan berkoordinasi dengan *staff marketing* yang diberikan informasi yang penulis dapatkan yang telah di proses oleh *staff marketing* di perusahaan ini.

2. *Information gathering*

Solusi yang ditemukan oleh penulis adalah mengetahui *customer* menggunakan ekspedisi lain, mencari informasi mengenai harga menggunakan ekspedisi lain, mencari informasi mengenai pengiriman *customer* berupa koli atau kodian jika menggunakan ekspedisi lain, lalu *staff marketing* memulai pendekatan dengan menginformasikan tentang perusahaan ini, memberikan informasi mengenai pengiriman dapat berupa dokumen, kiloan dan kodian yang bisa diantarkan oleh perusahaan kami.

3. *Communicating*

Solusi yang ditemukan oleh penulis saat mendengarkan wawancara Ibu Fitri dengan *customer* adalah bahwa kita harus mengetahui informasi mengenai *customer*, barang apa saja yang *customer* miliki, berapa banyak barang yang *customer* miliki yang akan dikirimkan melalui armada yang perusahaan ini miliki

C. **Brand Awareness**

1. Menghubungi *Customer*

Solusi yang ditemukan oleh penulis saat menghubungi customer lama maupun *customer* baru untuk menjaga relasi yang baik untuk mendapatkan kiriman barang jika *customer* mempunyai kiriman barang dan bisa mengingat perusahaan untuk mempercayakan pengirimannya kepada perusahaan. Penulis mengingatkan kesadaran merek kepada para *customer*.

3.4 Peran *Personal Selling* di dalam meningkatkan *Brand Awareness*

Penulis di saat melakukan praktik kerja magang di PT. DEWATA MAHADEWI, penulis mendapatkan berbagai pengetahuan dengan terkait peran *personal selling* di dalam meningkatkan *Brand Awareness*.

PT. Dewata Mahadewi menjadikan *Brand Awareness* sebagai fokus utama agar mendapatkan kesadaran merek terhadap pihak eksternal. Hal ini di dukung Menurut Huang & Sarigöllu (2014), CRM merupakan bisnis strategi yang berintegrasi proses – proses dan berbagai fungsi internal dengan jaringan eksternal menciptakan serta mewujudkan nilai bagi konsumen secara profitable yang ditunjang dengan data pelanggan yang berkualitas tinggi serta difasilitasi oleh teknologi informasi.

Menurut Menurut Kotler dan Armstrong (2014), *Salesperson* merupakan seseorang yang mewakili perusahaan kepada pelanggan dengan melakukan kegiatan:

1. *Prospecting*, mencari calon pelanggan;
2. *Communicating*, informasi yang disampaikan mengenai produk maupun jasa yang dimiliki oleh perusahaan;
3. *Selling*, pendekatan yang dilakukan kepada konsumen dalam bentuk presentasi, menjawab keluhan pelanggan, serta menutup penjualan;
4. *Servicing*, berbagai layanan yang diberikan kepada pelanggan;
5. *Information gathering*, riset pasar dan intelegensi pemasaran yang dilakukan dengan riset;
6. *Relationship building*, menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan sebelum dan sesudah melakukan pembelian

Personal Selling yang baik tidak hanya menjual namun menunjukkan kelebihan dan kelemahan jasa maupun produk yang ditawarkan kepada pelanggan karena dapat memberikan kepuasan pelanggan serta hubungan dalam jangka panjang.

Fokus yang perlu di perhatikan di dalam *personal selling* adalah kita mengetahui dari calon pelanggan yang akan kita sasar agar kita mengetahui apakah tepat atau tidak dengan calon pelanggan yang akan kita sasar.

Di dalam *Brand Awareness* perusahaan ini fokus yang perlu diperhatikan adalah kita tetap menghubungi customer untuk bertanya kabar agar tetap

menjalin hubungan baik dengan customer dikarenakan customer akan mengingat perusahaan jika kita tetap membuat hubungan yang baik dengan customer yang sudah ada agar jika customer mempunyai kiriman bisa menghubungi kita untuk dipercayakan paket yang akan customer kirimkan melalui perusahaan kita



UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA