

LAPORAN KERJA MAGANG
PERAN *CUSTOMER RELATIONSHIP COORDINATOR* DALAM MENJAGA
***BRAND IMAGE* TUNAS TOYOTA CIPUTAT**



LAPORAN MBKM

DAVID VINCENT DATI 00000046216

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS
MULTIMEDIA NUSANTARA TANGERANG
2023

**PERAN *CUSTOMER RELATIONSHIP COORDINATOR* DALAM MENJAGA
BRAND IMAGE TUNAS TOYOTA CIPUTAT**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S1 Manajemen

DAVID VINCENT DATI 00000046216

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS
MULTIMEDIA NUSANTARA TANGERANG
2023**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : DAVID VINCENT DATI
Nomor Induk Mahasiswa : 00000046216
Program studi : MANAJEMEN

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN *CUSTOMER RELATIONSHIP COORDINATOR* DALAM MENJAGA BRAND IMAGE TUNAS TOYOTA CIPUTAT

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 19 JUNI 2022



David Vincent Dati

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang

PERAN *CUSTOMER RELATIONSHIP COORDINATOR* DALAM MENJAGA *BRAND IMAGE* TUNAS TOYOTA CIPUTAT

Oleh

Nama : David Vincent Dati

NIM : 00000046216

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Laporan Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang 21 June 2023

Pembimbing



Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos., MBM.

Ketua Program Studi



Purnamaningsih, SE., M.S.M

**HALAMAN PENGESAHAN PERAN CUSTOMER RELATIONSHIP
COORDINATOR DALAM MENJAGA BRAND IMAGE TUNAS TOYOTA
CIPUTAT**

Oleh
Nama : DAVID VINCENT DATI
NIM : 00000046216
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 6 Juli 2023

Pukul 15:00 s/d 16:00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

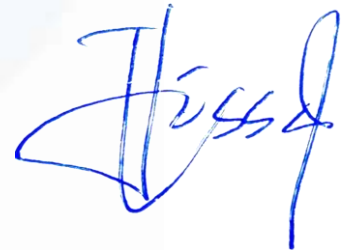
Pembimbing



Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos., MBM.

0314047401

Penguji



Ellisa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M

0306088501

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, SE., M.S.M

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : DAVID VINCENT DATI

NIM : 00000046216

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

*PERAN CUSTOMER RELATIONSHIP COORDINATOR DALAM MENJAGA
BRAND IMAGE TUNAS TOYOTA CIPUTAT*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 21 JUNI 2023

Yang menyatakan,



David Vincent Dati

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul:

**“PERAN *CUSTOMER RELATIONSHIP COORDINATOR* DALAM MENJAGA
IMAGE TUNAS TOYOTA CIPUTAT”**

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Pada Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos., MBM. selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, SE., M.S.M selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos., MBM. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Ibu Restu Riyananda sebagai Pembimbing Lapangan di Tunas Toyota Ciputat yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM ini.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini. Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi berkah bagi orang lain juga.

Tangerang, 21 Juni 2022



David Vincent Dati

PERAN *CUSTOMER RELATIONSHIP COORDINATOR* DALAM MENJAGA *BRAND IMAGE* TUNAS TOYOTA CIPUTAT

David Vincent Dati

ABSTRAK

Seiring berkembangnya bisnis tentu saja harus menjaga hubungannya dengan customer sebelum dan sesudah customer melakukan purchase di perusahaan. Tunas Toyota adalah sebuah perusahaan dealer resmi mobil Toyota yang didirikan pada Tahun 1967, Tunas Toyota juga dikenal sebagai PT. TUNAS RIDEAN TBK. Dengan berkembangnya dunia otomotif bergerak maju menuju zaman listrik banyak produsen mobil yang kini memproduksi mobil listrik dan juga mobil bertenaga listrik dan Hybrid. Dengan kompetisi yang sengit beberapa brand ini juga turut dalam mempromosikan produk mereka di beberapa event negara seperti G-20. Dengan ini maka alasan dibalik pemilihan perusahaan adalah dengan perkembangan dunia otomotif di Tahun 2022-2023 yang melaju dengan kencang dan juga perusahaan yang dikenal sebagai salah satu perusahaan terbaik membuat perusahaan Toyota menjadi salah satu contendor. Oleh karena itu demi menjaga hubungan Tunas Toyota dengan customer maka Tunas Toyota mengembangkan survey kepuasan pelanggan akan tetapi survey pelanggan tersebut masih kurang disampaikan dengan baik dan benar oleh Tunas Toyota kepada konsumen sehingga memberikan dampak pada pengisian yang bersifat kurang baik. Oleh karena itu maka media Penulis membantu dalam menciptakan sistem baru dan juga media edukasi untuk pelanggan Tunas Toyota Ciputat.

Kata kunci: Customer Relationship Coordinator, Citra Perusahaan, Social Media Marketing, Digital Marketing

PERAN *CUSTOMER RELATIONSHIP COORDINATOR* DALAM MENJAGA *BRAND IMAGE* TUNAS TOYOTA CIPUTAT

David Vincent Dati

ABSTRACT

With the progress of a business one of the key factors that plays an important role in preserving the business is customer relationship maintenance before and after the purchase of the product. Tunas Toyota is an official distributor and dealer of Toyota that is established in 1967, The company is also formally known as PT. TUNAS RIDEAN TBK. With the speedy growth of the automotive industry and the shift in the use of electric power for car engines a lot of the automotive industry brands are known to create products that utilize electricity as their main source or secondary source of power for their cars. With the increased intensity of competition in the automotive industry a lot of car brands The reason for choosing this company specifically Tunas Toyota Ciputat under PT. TUNAS RIDEAN TBK is that the rapid growth of the automotive industry and the increased demands for electric vehicle as governments motivate their citizens in using electric vehicles. Tunas Toyota is one of the companies affected by such meeting, and with the increase in their customers/consumers it provides a challenge for Customer relationship coordinator and the company to maintain relationship with a very big market that they have acquired, Tunas Toyota then implemented a Customer satisfaction Survey which is then shared through their official business whatsapp to customer's phone however they have began collecting unreliable and passive data, this is known to be caused by the absent of any metodes of education in filling in these surveys therefore customers are not aware of the mistakes they are making in filling out these surveys. And that where the writer comes in to help in providing these media of education for customers of Tunas Toyota Ciputat.

Keywords: *Customer Relationship Coordinator, Brand Image, Social Media Marketing, digital marketing*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PERSETUJUAN	3
HALAMAN PENGESAHAN	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK	7
DAFTAR ISI	9
BAB I PENDAHULUAN	12
1.1. Latar Belakang	12
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	18
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	19
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	25
2.1 Tentang Perusahaan	25
2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	25
2.1.2 Visi Misi Perusahaan	26
2.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	27
2.2 Teori/Konsep yang Relevan dengan Kerja Magang	34
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	46
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	46
3.2 Tugas, Uraian, dan Teori/konsep kerja magang	47
3.3 Kendala yang Ditemukan	56
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	57
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	59
4.1 Simpulan	59
4.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Gambar Lokasi Tunas Toyota Ciputat	19
Gambar 2.1.1 Gambar Gedung Tunas Toyota Ciputat	25
Gambar 2.1.2 Gambar Struktur Organisasi Tunas Toyota Ciputat	27
Gambar 3.1. Gambar Flowchart Alur Kerja Intern di Tunas Toyota Ciputat	35
Gambar 3.2.1 VOC Finalization	48
Gambar 3.2.2 PKB Report Bengkel Excel	49
Gambar 3.2.3 VOC Sales DBMS I-CARE	50
Gambar 3.2.4 Bukti Pengeluaran Kas	51
Gambar 3.2.5 DBMS Ibest Keuangan	51
Gambar 3.2.6 Gambar Reels @tunastoyota_ciputatofficial	53
Gambar 3.2.7 Gambar peningkatan Engagement reels	54
Gambar 3.2.8 Meeting Organizing dan Planning TTC Goes to Bandung	55

DAFTAR LAMPIRAN

I.	Surat MBKM 01	59
II.	Kartu Magang MBKM 02	60
III.	Daily Task MBKM 03	61
IV.	Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04	101
V.	Lampiran Hasil TURNITIN	102
VI.	Lampiran CV	115



DAFTAR TABEL

Tabel 3.2.1 Daftar Tugas Wajib	47
Tabel 3.2.2 Daftar Tugas Optional	52

