

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Bidang marketing merupakan bagian dari perusahaan yang berperan penting dalam menentukan kemajuan perusahaan. Oleh karena itu, bidang pemasaran memiliki fungsi untuk menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Semakin meningkat pendapatan yang akan dicapai, maka perusahaan akan berkembang dengan baik. Sebaliknya, semakin menurun pendapatan yang dicapai, maka perusahaan tidak akan meningkat atau berkembang.

Setiap kegiatan yang dilakukan di dalam organisasi marketing mempunyai hubungan dan keterkaitan dengan setiap bagian dalam perusahaan. Seperti bagian *Customer Relationship Management*, produksi, keuangan, sumber daya manusia, riset dan pengembangan. Hubungan yang tidak selaras dengan semua bagian tersebut, maka organisasi ini tidak akan bisa menjalankan fungsinya dengan baik dan bidang marketing ini adalah menyampaikan karakteristik produk dan jasanya tersebut kepada pelanggan.

Selama melaksanakan kegiatan kerja magang di PT Toyota Astra Financial Services, pemegang ditempatkan di divisi *customer relationship management* sebagai *CRM Analyst*. Dalam melaksanakan tugas di divisi *customer relationship management*, pemegang harus berbicara dengan tutur kata yang baik dan benar kepada pelanggan, dan teliti dalam menjelaskan spesifikasi produk dan jasa milik perusahaan. Selain itu, pemegang juga harus dapat menangkap maksud dan tujuan serta keinginan dari konsumen satu-persatu. Dengan demikian maka produk dan jasa perusahaan akan dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen.

Dalam mengerjakan tugas, pemegang yang bekerja sebagai karyawan magang di PT Toyota Astra Financial Services berkoordinasi dengan bagian pemasaran dan analis yang bertanggungjawab atas hubungan dengan konsumen dan dengan dealer-dealer selama melaksanakan tugas-tugas diluar kantor seperti *event* pameran mobil dan kunjungan ke perusahaan-perusahaan untuk menawarkan produk TAF.

Koordinasi yang dilakukan dengan *Customer Relations Manager* adalah permintaan jadwal *event* serta promosi yang sudah dibuat oleh *Customer Relations Manager*. Selain itu, tugas staff CRM adalah mendobrak pintu untuk masuk dalam kerja sama antarorganisasi/perusahaan, khususnya dalam hal *event*, yang apabila sudah terjalin kesepakatan dengan pihak yang diajak kerja sama, staff CRM menyerahkan urusan berikutnya kepada *Customer Relations Manager*.

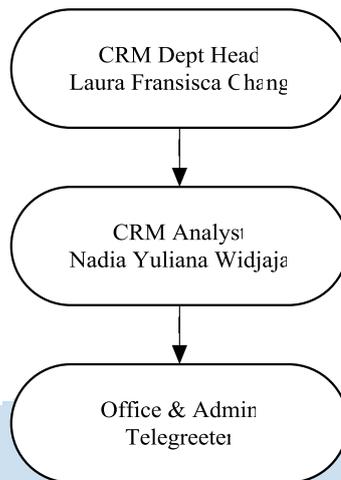
Koordinasi yang dilakukan dengan *Customer Relations Executive* yaitu adalah Tim *Public Relations* berkoordinasi dengan *Customer Relations Executive* dalam pencarian tempat *event*, ataupun kebutuhan *event* lainnya yang berkaitan dengan Tim *Public Relations*, yang diminta oleh *Customer Relations Executive* untuk acara-acara yang akan diadakan, dan berkoordinasi dalam hal lobi dan negosiasi kepada pihak yang bertanggung jawab atas tempat yang akan diadakan *event public relation*.

Koordinasi yang dilakukan dengan *Creative Design Officer* yaitu adalah memberikan *brief* untuk desain *backdrop* dan *flyer* acara yang akan diselenggarakan dan meminta hasil *flyer*.

Koordinasi yang dilakukan dengan *Creative Digital Officer* yaitu koordinasi untuk *update* status di media sosial TAF ketika akan melakukan *event* dan acara-acara lain yang diadakan oleh divisi *Customer Relations*.

Koordinasi yang dilakukan dengan Driver adalah mengatur jadwal transportasi ke tempat acara, pengiriman produk dan *gimmick* ke booth-booth di pameran dan lain sebagainya. Selain itu, bekerjasama juga dengan bagian showroom untuk menyiapkan mobil-mobil yang akan digunakan sebagai *test drive* agar konsumen merasakan pengalaman sesungguhnya sebelum memutuskan untuk membeli mobil maupun menggunakan produk TAF lainnya seperti fleet maupun Kinto.

Berdasarkan gambar 2.2 di halaman 16, CRM Analyst berada di bawah CRM Manager yaitu ibu Laura Fransisca Chang dalam menjalankan tugas *Customer Relations*. kedudukan CRM Analyst dijelaskan pada gambar 3.1 dibawah ini.



Gambar 3.1 Kedudukan CRM Analyst

Sumber: dokumentasi pemegang (2024)

Pada praktik kerja magang di PT Toyota Astra Financial Services (TAF) pemegang mendapat kesempatan untuk terjun ke wilayah *customer relations* bersama dengan Ibu Laura Fransisca Chang sebagai CRM Dept. Head dan pembimbing lapangan. Selama praktik kerja magang berlangsung, CRM Analyst menempati posisi sebagai karyawan magang yang membantu pekerjaan Tim CRM mengerjakan tugas membuat script dan mengelola event yang akan diadakan serta membawahi para telegreeter.

3.2 Tugas Kerja Magang

PT Toyota Astra Financial Services sering hadir dalam event pameran mobil untuk menarik perhatian konsumen dan agar konsumen mengetahui dan mengenal TAF sebagai perusahaan pembiayaan kredit kepemilikan mobil dan dengan tujuan untuk meningkatkan loyalitas konsumen atas produk-produk jasa yang dimiliki oleh PT Toyota Astra Financial Services.

Tugas yang diberikan kepada pemegang selama melaksanakan kerja magang di PT Toyota Astra Financial Services sama dengan tugas yang dilakukan oleh staff bagian CRM atau disebut CRM *Analyst* di TAF. Namun demikian, seluruh kegiatan kerja magang yang dilakukan oleh mahasiswa

diawasi langsung oleh *departemen head* CRM. Pekerjaan dibagi menjadi 3 yaitu produksi, melakukan analisis dan menentukan strategi sebagai berikut:

1. Operasional: Membantu mengelola semua permintaan (pendaftaran panggilan, email, permintaan ke situs); menyimpan data tentang klien, permintaan, transaksi, dan tugas dalam database, membuat *script* untuk *telemarketer*; perencanaan event monitoring wa blasting, membuat dan memonitor *chatbot*, setting *autodebit blasting*, *briefing* untuk para *telemarketer* dan *telegreeter*.
2. Analisis: Otomatisasi aliran dokumen dalam perusahaan; membagi basis pelanggan berdasarkan parameter; menentukan nilai klien; analisis profitabilitas pelanggan; analisis efektivitas pemasaran; analisis dinamika penjualan; analisis ulasan, keluhan dan saran; menganalisis data dari *telegreeter*.
3. Penentuan Strategi: Mengumpulkan umpan balik pelanggan; menarik pelanggan untuk menguji produk; meningkatkan layanan dan produk; *case handling*.

Tugas yang dilakukan selama kerja magang dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 *Timeline* Kerja Magang

Job Desc	Kegiatan	Feb	Maret				April				Mei				Jun
		4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
Script Writing	Grouping hari besar yang akan digunakan sebagai dasar pembuatan Script dan WA Blast														
	Membuat Script promo Siap Dana														
	Membuat caption untuk hari-hari besar														
	Script undangan <i>customer gathering</i>														
Analisis	Analisis masalah yang terjadi														
	Memberikan data ke telegreeter														
	Mencari konsumen potensial														
	Analisis data dari telegreeter														
Event	Perencanaan event														
	Mengundang pelanggan														
Promosi	Membuat promo di media sosial														
	Membuat iklan TVC untuk kantor cabang														
	Membuat Flex banner&push notif														
Customer relation	Menjalin kerjasama dengan pihak asuransi														
	Menjalin kerjasama dengan dealer-dealer														
	Mengunjungi pelanggan lama dan baru														

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Analytical CRM

Pekerjaan utama di divisi CRM adalah melakukan analisis data pelanggan. Begitu pula yang dilakukan oleh pemegang di TAF. Secara garis besar, pekerjaan CRM adalah melakukan analisis terhadap data-data pelanggan. Pekerjaan analisis ini merupakan pekerjaan rutin yang dilakukan

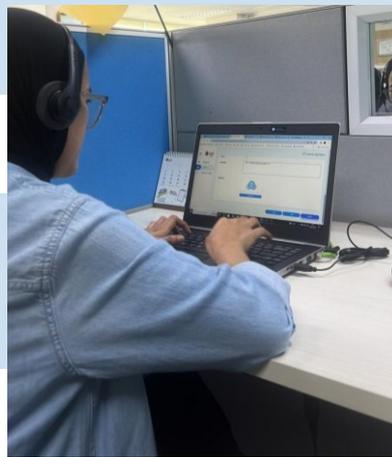
setiap hari oleh *Analyst CRM*. Selain melakukan analisis data-data pelanggan, termasuk memasukkan data-data pelanggan ke database, pengkinian data pelanggan seperti memasukkan NIK pelanggan seperti aturan baru oleh OJK. Termasuk melakukan analisis terhadap promosi yang paling banyak diminati oleh pelanggan. Data-data pelanggan yang telah dikumpulkan dan dianalisis tersebut kemudian diserahkan kepada *telegreeter* untuk dilakukan tindak lanjut kepada para pelanggan potensial maupun pelanggan baru seperti menghubungi mereka melalui WA hingga melakukan TOS (*Tomi Online Services*) yaitu aplikasi video call yang dimiliki oleh TAF.

Hampir setiap hari, pekerjaan CRM adalah melakukan analisis terhadap data pelanggan serta pembaruan data pelanggan untuk dapat digunakan oleh *telegreeter* dan *telgritter* melakukan tugas mereka. pekerjaan analisis data diantaranya adalah memasukkan data-data pelanggan ke *database*, mencari tahu apakah pelanggan tersebut telah dihubungi dan mengetahui produk-produk yang dimiliki TAF. Menganalisis minat pelanggan terhadap produk TAF dan menawarkan produk-produk lain kepada pelanggan tersebut.

Melakukan pemetaan *customer demography* yang diadakan *meeting* setiap minggu oleh CRM Manager dan diikuti oleh Staff CRM untuk menganalisis masalah, seperti kemudahan/kesulitan mendownload Flex (aplikasi milik TAF), berapa jumlah data pengguna TAF dan pengunjung *website* TAF.

CRM bertanggung jawab untuk melakukan pengecekan serta menganalisis data dari *telegreeter*. Laporan data yang dimaksud dari *telegreeter* diantaranya adalah konfirmasi konsumen yang menyetujui untuk hadir di acara-acara yang diadakan oleh TAF. CRM juga bertugas memonitor *wa blasting* apakah sudah tersampaikan kepada pelanggan atau belum. *Wa blasting* dibuat oleh CRM kemudian di-*follow up* oleh *telegreeter*. Selain mengecek laporan, CRM juga melakukan briefing bagian *telegreeter* mengenai kerapihan, penampilan, kasus yg belum terselesaikan hari sebelumnya. TOS (video call).

Telegreeter di TAF dibawahi langsung oleh Staff CRM yang memonitor pekerjaan serta penampilan *telegreeter*. Hal ini dilakukan karena *telegreeter* di TAF akan menghadapi pelanggan secara langsung baik melalui layanan suara maupun *real time video call*. *Telegreeter* akan melakukan dan menjawab salam/pertanyaan/keluhan/dan saran dari pelanggan melalui script yang dibuat oleh CRM. Pada sore hari, CRM akan melakukan analisis terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh *telegreeter* dengan cara mendengarkan rekaman percakapan, mengecek laporan *telemarketer* yang sudah/belum menghubungi pelanggan potensial maupun pelanggan baru.



Gambar 3.2 Memonitor pekerjaan *telegreeter*
Sumber: Dokumentasi pemegang (2024)

Pekerjaan pengecekan laporan dan monitoring ini sesuai dengan mata kuliah yang diperoleh pemegang yaitu *Promotion Management Communication* dan *Direct Marketing CRM* karena pemegang menghadapi para *telegreeter* dan *telegreeter* sehingga harus dapat menjalin komunikasi yang baik dengan mereka. Selain itu, kemampuan multimedia juga dibutuhkan dalam pekerjaan ini.

3.3.2 Operational CRM

Kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh pemegang terkait dengan operasional adalah membuat script. Sebagai pekerja magang di CRM, pemegang bertanggung jawab untuk membuat *caption* untuk hari-hari besar

berupa poster/banner untuk dipasang di aplikasi Flex, IG maupun *whatsapp*. Sebagai contoh, perubahan jadwal layanan terkait hari besar, ucapan hari raya, ucapan selamat ulang tahun maupun hari jadi kepada pelanggan. Sedangkan pembuatan *script* dilakukan untuk pedoman bagi *telegreeter* dan *telemerketer* dalam melakukan pekerjaan mereka. Seperti memberikan salam, menjawab keluhan/saran/kendala yang dialami oleh pelanggan, hingga *script* yang juga digunakan untuk pelanggan yang akan melakukan perpanjangan STNK/pengambilan BPKB. *Script* untuk kontrak dengan konsumen, penjelasan mengenai Fiducia. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua tatacara pembicaraan dengan pelanggan yang akan dilakukan oleh *telegreeter* dan *telegreeter* dilakukan oleh CRM.

Berikut ini adalah contoh desain yang dibuat oleh pemegang mengenai perubahan layanan di hari libur dan pembuatan *script*



Gambar 3.3 Desain banner perubahan layanan
Sumber: Dokumentasi pemegang (2024)

Dear mas Toto & tim Marcomm,

Sehubungan dengan adanya libur di tanggal 1 Juni, mohon bantuan untuk pembuatan design jadwal layanan Service Lounge, Kantor Cabang, dan Customer Care.

Design akan digunakan di:

- Cabang dengan ukuran A3
- Banner info FLEX

	Service Lounge	Kantor Cabang	Customer Care
31 Mei 2024	Beroperasi normal	Beroperasi normal	Beroperasi normal
1 Juni 2024	10:00 – 16:00	Tidak beroperasi	08:00 – 16:00
2 Juni 2024	10:00 – 16:00	Tidak beroperasi	08:00 – 20:00

Terima kasih banyak atas bantuannya 😊

Gambar 3.4 Permintaan pembuatan banner
Sumber: Dokumentasi pemegang (2024)

NO	Point yang disampaikan	Script
1	SK Umum	Bapak/Ibu berikut syarat dan ketentuan umum pengambilan kredit di TAF yang meliputi syarat umum, jaminan fidusia, pembayaran, asuransi, peristiwa wanprestasi, kewajiban, dan hukum yang berlaku. Silahkan bisa dibaca dan dipahami.
No	Point	Script
1	SK Umum	Sesuai ya Bapak / Ibu, perjanjian ini dengan nomor kontrak XXXXXX yang menyatakan
2	Pasal 1	Terkait dengan syarat umum, Bapak / Ibu telah menyetujui adanya perjanjian ini ya.
3	Pasal 2	Nantinya formulir ini akan ditanda tangani dan menyatakan bahwa Bapak/Ibu telah setuju dengan semua isi dalam dokumen ini
4	Pasal 3	semua pembiayaan, akan diatur sesuai dengan pasal 3 dalam dokumen ini ya

APPROVAL SCRIPT

Mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan approval terkait script untuk blasting ucapan dan promo melalui WA blasting dan Push Notification Aplikasi FLEX.

Platform : WhatsApp Business & FLEX
Script :

Hari besar	Push Notification FLEX	WA Blast
		Pelanggan Yth. Bapak/Ibu (Nama-cust), Selamat memperingati Hari Kartini. Mari kita dukung wanita yang hebat dan mandiri, dapatkan promo spesial bagi Anda Perempuan Tangguh.
Hari Kartini (21 April 2024)	Selamat memperingati Hari Kartini. Mari kita dukung wanita yang mandiri, hebat, dan tangguh dengan paket Spektakuler.	Segera kendarai mobil baru Anda dengan DP mulai dari 10% serta dapatkan asuransi gratis hingga 2 tahun. Ajukan Paket Spektakuler sekarang juga. 📄 Salam, TAF TAF berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan

Note:

Menggajikan,	Menyetujui,	Menyetujui,
Ignatia Inge Laksono CRM Analyst	Laura Fransisca Chang CRM Dept Head	Aryani Sri Hartati Corporate Secretary

Gambar 3.5 Pembuatan & approval script
Sumber: Dokumentasi pemegang (2024)

Sebelum tanggal merah atau hari-hari besar, CRM melakukan *setting autodebit blasting*. Apabila ada tanggal merah, menginformasikan kepada pelanggan autodebit akan dimajukan di tanggal sebelumnya. Sehingga CRM harus mencari pelanggan yang sutodebit jatuh pada tanggal merah dan dilakukan *wa blasting*.

Pekerjaan pembuatan *script*, *caption* dan *wa blasting* di CRM ini berkaitan dengan beberapa mata kuliah yang dipelajari oleh pemegang selama kuliah yaitu *Creative Writing & Storytelling*, *Critical and creative writing*, *Communication and Tech*, *Desain thinking* serta *Copy writing*. Sehingga berbagai teori dan praktik yang telah dipelajari di bangku perkuliahan dapat diterapkan selama melakukan kerja magang di CRM TAF.

Pekerjaan CRM tidak berhenti pada pembuatan script saja namun Chatbot yang dimiliki oleh TAF dibuat juga sebagai bagian CRM. Sehingga, staff CRM juga bertanggung jawab untuk memonitor *chat* dari pelanggan, apakah sudah dibalas dengan benar dan ada jalan keluar. Kasus-kasus yang terjadi terkait dengan pelanggan juga akan ditangani oleh CRM. Beberapa kasus yang pernah ditangani oleh pemegang selama magang diantaranya adalah claim asuransi, pencurian mobil, pemilik meninggal dunia, *over kredit*, dll. CRM memberikan penjelasan mengenai tatacara penanganan kasus yang

terjadi tersebut. Pekerjaan *case handling* ini sesuai dengan mata kuliah yang diperoleh yaitu *Crisis Communication* dan *Public Speaking & Presentation Skills*.

Pembekalan berupa *training* untuk *telemarketer* dan *telegreeter* dilakukan oleh CRM. Kebersihan dan kerapian para telegreeter juga menjadi perhatian CRM. Sehingga, CRM bertanggung jawab memberikan arahan kepada *telegreeter* dan *telegreeter* mengenai tatacara berbicara dan menghadapi pelanggan. Selain training, penghitungan *incentive* untuk CSO juga dilakukan oleh CRM seperti berapa banyak pelanggan yang didapat dan lain sebagainya.

3.3.3 Strategic CRM

Pekerjaan promosi juga dilakukan oleh pemegang selama bekerja di bagian CRM seperti pemasangan banner promosi melalui IG, WA yang diketahui oleh Ibu Laura (CRM Manager). Sehingga, staff CRM harus dapat melakukan desain banner yang menarik. Selain promosi melalui banner, CRM juga memiliki kewajiban untuk membuat video interaktif yang kemudian akan ditampilkan di TVC di kantor-kantor cabang serta kantor Auto 2000 yang selama ini telah bekerjasama dengan TAF.

CRM juga harus memiliki jadwal mengenai hari-hari besar serta hari-hari penting pelanggan seperti hari ulang tahun, hari jadi dan lain sebagainya. Momen tersebut dimanfaatkan untuk membuat caption melalui aplikasi Flex maupun WA seperti perubahan jadwal layanan terkait hari besar, ucapan hari besar dan lain sebagainya.

Selain melakukan promosi melalui TVC dan media sosial, CRM juga membuat *acrylic display* untuk kantor cabang. Kemudian menanyakan ke kantor cabang apakah sudah mengumpulkan report pemasangan *acrylic display*.

CRM TAF bisa lebih dekat dengan pelanggan. Pekerjaan event berkaitan dengan mata kuliah *Special Event & Brand Activation*.



Gambar 3.7 Event Amazing Toyota
Sumber: Dokumentasi pemegang (2024)

Melalui event yang dibuat, CRM dapat berhubungan langsung dengan pelanggan dan calon pelanggan yang datang. Pelanggan yang dimaksud disini tidak hanya konsumen/pengguna produk-produk TAF saja, namun dealer-dealer maupun perusahaan asuransi juga memiliki hubungan dengan TAF. Pekerjaan yang dilakukan CRM adalah mengunjungi pelanggan untuk menawarkan kontrak kepada pelanggan, bisa kontrak yang sama yaitu kredit mobil maupun

kontrak dengan layanan yang lainnya (Siap Dana, Kinto, dan lain-lain). Mengunjungi dealer-dealer mobil untuk menggunakan TAF sebagai pembiayaan pembeli mobil mereka. Hal ini juga terkait dengan perusahaan asuransi. Staff CRM harus dapat menjalin kerjasama yang baik dengan pihak asuransi sehingga apabila terjadi suatu permasalahan maka akan dapat diselesaikan dengan lebih mudah seperti melakukan pendekatan dan kerjasama untuk menurunkan rate asuransi agar bisa memberikan harga yang lebih murah kepada pelanggan.

Sehingga, kegiatan event yang dilakukan merupakan bagian dari strategi TAF untuk memperkenalkan produk-produk dan layanan TAF serta diharapkan dapat membangun *brand awareness* yang pada akhirnya dapat menaikkan penjualan.

3.4 Kendala yang Ditemukan

Pada dasarnya, seluruh kegiatan magang tidak ada kendala, karena baik staff maupun management memberikan kontribusi yang besar bagi pemangang untuk belajar bagaimana kondisi sebenarnya di lapangan berkaitan dengan kegiatan CRM di PT Toyota Astra Financial Services. Namun demikian, pada saat magang terdapat 3 permasalahan/kendala yang dialami oleh pemangang. Pertama adalah proses *approval* yang bertingkat, kedua adalah pekerjaan yang mendesak, dan ketiga adalah pemangang belum familiar dengan istilah pada dunia leasing.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berkaitan dengan kendala yang dialami oleh pemangang selama melakukan proses magang, maka solusi yang akhirnya ditemukan oleh pemangang adalah sebagai berikut.

Pertama, terkait dengan proses *approval* yang bertingkat. Sebagai contoh, ketika selesai melakukan pembuatan script, pemangang harus mendapatkan approval dari berbagai pihak seperti CRM Head, Product Planning & Channel Development (PPCD) Analyst Head, DRM I & Marketing Communication Head, serta DRM II & DF Head. Begitu pula ketika membuat

design serta *caption* untuk hari-hari besar, maka pemegang juga harus mendapatkan approval dari keempat Division Head tersebut. Hal ini tentu membutuhkan waktu karena para pemimpin tersebut juga memiliki pekerjaan penting lainnya. Sehingga, solusi yang dilakukan oleh pemegang adalah melakukan *follow up* terhadap pihak-pihak terkait tersebut. Hal ini dilakukan untuk “mempercepat” proses *approval* dikarenakan pekerjaan yang membutuhkan approval tersebut harus segera ditindaklanjuti.

Kedua, terkait dengan pekerjaan yang mendesak. Aktivitas-aktivitas di CRM membutuhkan penyelesaian yang cepat sehingga pemegang akhirnya menemukan solusi seperti membuat skala prioritas. Sebagai contoh, ketika ada pekerjaan yang sudah ada sebelumnya dan sedang dikerjakan oleh pemegang sedangkan ada pekerjaan lain yang datang dan membutuhkan penyelesaian saat itu juga maka pemegang akan menghentikan kegiatan yang dilakukan sebelumnya dimana dateline nya masih keesooan hari atau setelahnya. Di pagi hari, pemegang juga melakukan pengecekan apakah ada pekerjaan atau kegiatan yang membutuhkan penyelesaian secara cepat sehingga akan melakukan pekerjaan itu terlebih dahulu.

Ketiga, pada awal masa magang hingga bahkan satu bulan setelahnya, banyak istilah-istilah leasing yang belum dipahami oleh pemegang yang mengakibatkan pemegang tidak mengetahui kegiatan yang harus dilakukan. Solusi atas kendala tersebut dilakukan dengan cara mencari tahu istilah tersebut di internet dan mencari tahu mengenai pemahaman tersebut kepada staff terkait agar tidak terjadi kesalahpahaman mengenai istilah yang dimaksud.