

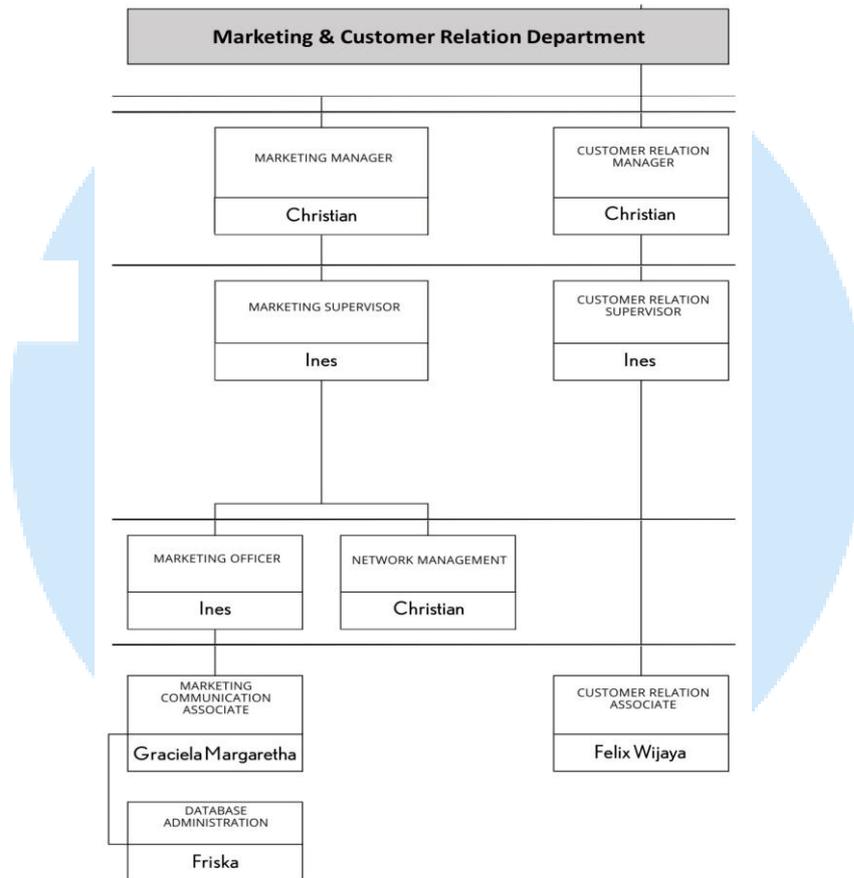
## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan praktek kerja magang di PT Laras Exata Ustanta atau yang dikenal sebagai Lexus Pluit *Gallery* yang bertempat di Pluit, Jakarta Utara dan dilakukan selama 4 bulan. Penulis menjabat pada posisi *Marketing* khususnya *Marketing Communication Intern*, yang berada di bawah *Marketing & Customer Relation Department*. Bapak Christian selaku *Marketing & Customer Relation Manager* dan Ibu Ines selaku *Marketing & Customer Relation Supervisor* yang memberikan pengarahan serta pembelajaran kepada penulis. Penulis menjalankan aktivitas dengan melakukan kerja sama tim dengan Ibu Graciela Margaretha, Bapak Felix Wijaya, dan Friska untuk mengerjakan pekerjaan yang diberikan oleh *manager* dan *supervisor*.

Sebagai divisi *Customer Relation* khususnya pada bagian *Marketing Communication Intern*, penulis bertugas untuk *memantain social media*, membantu koordinasi dengan vendor, membantu design *collaterals*, dan ikut serta dalam *event management*. Selain itu, penulis juga ditugaskan untuk membuat *deck event*, berita acara, *stock opname*, rekap *morning briefing*, dan menyiapkan *delivery gift*. Dalam melaksanakan pekerjaan tersebut, penulis perlu berkoordinasi dengan rekan kerja lainnya agar diberikan arahan yang benar untuk mencapai suatu keberhasilan. Koordinasi di dalam perusahaan sangat penting karena dapat memastikan bahwa departemen dalam perusahaan berjalan secara efisien, hal ini membantu mencegah miskomunikasi tugas, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan meminimalisir pemborosan. Berikut ini merupakan struktur organisasi dalam *Marketing & Customer Relation Department* yang dilakukan penulis selama proses praktik kerja magang pada perusahaan PT Laras Exata Ustanta atau Lexus Pluit *Gallery*.



**Gambar 3.1. Struktur Organisasi *Marketing & Customer Relation Department*.**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

## 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

### 3.2.1 Tugas Yang Dilakukan

Dalam menjalankan praktik kerja magang, penulis memiliki beberapa pekerjaan yang dilakukan penulis bersama dengan tim, pekerjaan yang diberikan berupa tugas yang diberikan oleh *manager* dan *supervisor* untuk mencapai target yang telah ditentukan oleh bagian direksi perusahaan. Penulis bekerja sama dengan tim untuk menyelesaikan tugas-tugas tersebut dengan baik, mengikuti arahan yang diberikan, dan berkontribusi dalam mencapai tujuan bersama. Adapun tugas yang dilakukan penulis secara individu dan tim *Marketing & Customer Relation Department* sebagai berikut.

Tabel 3.1. Job Description

<i>No</i>	<i>Type</i>	<i>Job Desk</i>	<i>Frequency</i>	<i>Description</i>
1	<i>Collaterals Design</i>	Melakukan <i>design sleeve packaging coklat</i> untuk digunakan pada coklat korte dan diberikan kepada <i>customer</i> .	Pada awal bulan Februari.	Penulis dapat membuat sebuah <i>desgin</i> yang dapat menarik perhatian <i>customer</i> dengan menggunakan unsur <i>marketing</i> yang telah dipelajari.
		Melakukan <i>design special menu</i> untuk diletakan di meja <i>customer</i> .	Pada akhir bulan Maret.	
2	<i>Deck Event</i>	Membuat <i>deck event Soirée of Love</i> .	Pada awal bulan Februari.	Penulis dapat mengidentifikasi <i>event</i> berupa informasi dan target audiens sebelum menjalankan <i>event</i> tersebut.
		Membuat <i>deck event Gallery in Motion</i> .	Pada akhir bulan Februari.	
3	<i>Social Media Content</i>	Melakukan <i>take content</i> untuk <i>social media</i> Instagram berupa foto & video.	Setiap awal bulan selama proses kerja magang.	Penulis dapat ikut serta dalam proses pembuatan foto & video untuk <i>social media</i> . Penulis dapat mempelajari apa yang harus dilakukan untuk mendapatkan hasil yang bagus dan
		Berkoordinasi dengan vendor <i>social media</i> mengenai		

		gambaran konten yang ingin dibuat.		dapat menarik perhatian audiens.
		Melakukan pencarian referensi untuk konten <i>feeds &amp; story</i> Instagram melalui platform Google, Instagram, Tik Tok, dan Pinterest.	Setiap hari selama 2 minggu sebelum jadwal <i>take content</i> .	
4	<i>Event</i>	Mengikuti <i>event BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament</i> sebagai <i>Customer Relation Staff</i> yang bertugas sebagai mengatur keberadaan merek Lexus pada <i>event</i> tersebut.	Pada tanggal 25 Januari 2024.	Penulis membantu rekan kerja dalam mengatur citra merek Lexus pada keberlangsungan acara tersebut. Penulis belajar bagaimana untuk meningkatkan <i>leads</i> merek sesuai dengan strategi marketing yang ditetapkan perusahaan.
		Mempersiapkan <i>event Soirée of Love</i> yang bertugas untuk membuat <i>deck event</i> ,	Setiap hari selama 2 minggu sebelum acara berlangsung.	Penulis belajar hal-hal apa saja yang harus diperhatikan untuk menjalankan keberlangsungan acara agar

		<p><i>copywriting, menu design, dan memberikan ide untuk keberhasilan acara.</i></p>		<p>memperoleh keberhasilan.</p>
		<p>Mengikuti <i>event Lexus Indonesia Iftar 2024</i> sebagai divisi dokumentasi yang bertugas untuk mendokumentasikan seluruh rangkaian acara termasuk <i>charity dan main event</i> berupa foto dan video yang kemudian diserahkan kepada perusahaan pusat.</p>	<p>Selama 1 bulan sebelum <i>main event</i> berlangsung.</p>	<p>Penulis dapat meningkatkan kemampuan fotografi yang hasilnya dinilai oleh <i>manager dan supervisor</i> perusahaan, serta menerima <i>feedback</i> yang relevan.</p>
		<p>Mengikuti <i>event Lexus Electrifying Experience (in collaboration with CitraLake Villa &amp; Citra 8 Aeroworld)</i> sebagai <i>customer relation staff</i> yang</p>	<p>Pada tanggal 27 April 2024.</p>	<p>Penulis mempersiapkan gift untuk peserta yang melakukan follow Instagram dan test drive. Kemudian menganalisa acara untuk melakukan evaluasi dalam berita acara,</p>

		bertugas untuk menyiapkan <i>gift</i> untuk peserta yang melakukan <i>follow</i> dan <i>test drive</i> unit mobil, serta mendokumentasikan acara.		
5	Berita Acara	Membuat berita acara <i>event BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament</i> .	Pada 16 Februari 2024.	Penulis dapat mengetahui dan menganalisis hasil dari penyelenggaraan acara tersebut. Penulis dapat mengetahui apakah acara tersebut efektif atau tidak dalam mencapai target yang telah ditentukan.
		Membuat berita acara <i>event Lexus Electrifying Experience (in collaboration with CitraLake Villa &amp; Citra 8 Aeroworld)</i> .	Pada 29 April 2024	Penulis mengetahui rangkaian acara tersebut serta evaluasi yang diperlukan untuk membuat <i>event</i> lebih baik lagi kedepannya.
6	<i>Meeting</i>	Melakukan <i>meeting</i> untuk	Setiap 1 minggu	Penulis terlibat dalam anggota

	<p><i>event Lexus Indonesia Iftar 2024</i> yang diikuti oleh seluruh panitia yang dipilih untuk memeriahkan acara tersebut.</p>	<p>sekali selama 1 bulan sebelum <i>main event</i> berlangsung.</p>	<p><i>meeting</i> untuk <i>event Lexus Indonesia Iftar 2024</i> mengenai <i>update</i> pekerjaan setiap divisi.</p>
	<p>Melakukan <i>meeting</i> untuk konten <i>social media</i> Instagram dengan vendor mengenai perkembangan <i>marketing</i> melalui platform Instagram.</p>	<p>Setiap awal bulan selama proses kerja magang.</p>	<p>Penulis ikut serta dalam <i>meeting</i> perkembangan <i>leads</i> dan <i>brand awareness</i> melalui platform <i>social media</i> yang menggunakan konten dan <i>caption</i> yang mengundang konsumen untuk membaca. Penulis belajar bagaimana cara untuk meningkatkan <i>leads</i> dan <i>brand awareness</i> melalui <i>social media</i> Instagram.</p>
	<p>Melakukan <i>meeting</i> internal bersama dengan <i>Marketing &amp; Customer Relation</i></p>		<p>Penulis dapat mengikuti <i>meeting</i> yang diadakan oleh <i>Marketing &amp; Customer Relation Manager</i> terkait perkembangan</p>

		<i>Department</i> mengenai perkembangan laporan pekerjaan yang dilaksanakan setiap bulan.		laporan pekerjaan setiap karyawan dalam <i>Marketing &amp; Customer Relation Department</i> selama 1 bulan.
7	<i>Morning Briefing</i>	Melakukan <i>recap morning briefing</i> yang dilakukan oleh seluruh karyawan setiap hari yang kemudian diserahkan kepada <i>supervisor</i> untuk ditandatangani dan diserahkan ke perusahaan pusat.	Setiap hari dimulai pada bulan Maret selama proses kerja magang.	Penulis dapat mengetahui <i>update</i> dan informasi di dalam perusahaan. Penulis dapat mengetahui perkembangan perusahaan secara internal maupun eksternal.
8	<i>Stock Opname</i>	Melakukan penghitungan jumlah <i>stock</i> yang tersisa setelah barang masuk maupun keluar.	Setiap awal bulan selama proses kerja magang.	Penulis dapat menghitung <i>stock</i> barang <i>delivery gift</i> yang masih tersimpan di storage sebelum barang dikirim dan setelah barang masuk.
9	<i>Thank You Letter</i>	Membuat ucapan terima kasih kepada konsumen	Setiap hari dimulai pada bulan Maret	Penulis mampu membuat <i>copywriting</i> ucapan

		yang membeli produk dari Lexus yang akan diserahkan bersamaan dengan waktu pengiriman mobil.	selama proses kerja magang.	terima kasih kepada konsumen yang telah membeli produk Lexus. Penulis berlatih membuat kata-kata yang sangat baik dan berguna bagi keterampilan penulis kedepannya.
10	<i>Birthday Letter</i>	Menginput nama-nama customer yang telah membeli mobil dari Lexus Pluit Gallery kedalam <i>template</i> ucapan ulang tahun yang telah dibuat sebelumnya.	Pada awal bulan Maret.	Penulis mampu melakukan penginputan sebanyak 86 <i>customer</i> yang berulang tahun di bulan Maret yang kemudian dikirim melalui <i>WhatsApp</i> sesuai dengan tanggalnya.
11	<i>E-Catalogue</i>	Membuat desain yang menarik untuk <i>catalogue Lexus Collection</i> yang dibuat untuk event <i>BCA Exroversery Semarang</i> .	Pada tanggal 21 Februari 2024.	Penulis mampu melakukan pembuatan desain yang menarik perhatian pembeli untuk menjabarkan produk dari <i>Lexus Collection</i> ke dalam halaman tersebut.
12	<i>Delivery</i>	Mempersiapkan	Setiap hari	Penulis mampu

	<i>Gift</i>	delivery gift berupa <i>Golf Bag, Boston Bag, Umbrella, Power Bank, Tumbler, Card Holder, Seat Cover, Blanket, Corkcicle, Key Cover, Pen, Car Diffuser, Portable Juicer, Foldable Sunglasses, Cutlery Set, Coaster Set, dan Cap.</i>	selama proses kerja magang.	mempersiapkan <i>gift</i> yang telah ditentukan dan keesokan harinya akan diberikan kepada <i>customer</i> bersama dengan <i>delivery</i> mobil.
		Membuat video mengenai tata cara penggunaan Wacaco Minipresso yang diperuntukan untuk <i>delivery gift</i> .	Pada tanggal 2 Maret 2024.	Penulis mampu membuat video bersama dengan <i>supervisor</i> mengenai tata cara penggunaan Wacaco Minipresso yang nantinya akan diserahkan kepada <i>customer</i> yang mendapatkan Wacaco Minipresso tersebut.
13	Form Pembayaran	Membuat form pembayaran setelah melakukan kegiatan atau acara yang	Setiap 1 minggu setelah kegiatan atau acara	Penulis mampu membuat form pembayaran kegiatan atau acara yang kemudian diserahkan

		menggunakan vendor untuk keberhasilan acara.	selesai.	kepada direksi perusahaan untuk disetujui dan diberikan kepada divisi Finance untuk dibayar kepada vendor tersebut.
14	<i>WhatsApp Blast</i>	Melakukan <i>broadcast</i> melalui platform <i>WhatsApp</i> kepada <i>customer</i> yang melakukan <i>service</i> untuk meminta <i>review</i> melalui <i>google</i> .	Pada tanggal 6 - 8 May 2024.	Penulis mampu melakukan <i>WhatsApp Blast</i> kepada <i>customer</i> yang penting bagi keberlangsungan bisnis perusahaan.

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama penulis melaksanakan praktik kerja magang, terdapat beberapa penugasan yang diberikan oleh atasan untuk dikerjakan secara individu maupun tim sebagai divisi **Marketing & Customer Relation**. Seluruh penugasan yang diberikan oleh atasan membutuhkan ilmu dan keterampilan **Marketing** agar seluruh aktivitas berjalan dengan baik. Sebagai **Marketing Communication Internship** dibawah **Marketing & Customer Relation Department** memiliki tugas sebagai pengelola *social media* Instagram, berkoordinasi dengan vendor untuk seluruh acara dan kegiatan selama praktik kerja magang, desain seluruh *collaterals* yang dibutuhkan, dan melaksanakan *event* untuk meningkatkan *leads* dan *brand awareness* perusahaan. Berikut merupakan uraian pekerjaan yang dilakukan penulis sebagai **Marketing Communication Internship** dibawah **Marketing & Customer Relation Department**.

### 3.2.2.1. Collaterals Design

Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis memiliki tugas untuk mendesain *collaterals* yang dibutuhkan di dalam *gallery* maupun untuk event. Penulis membuat desain untuk *sleeve packaging* produk coklat, dengan menggunakan aplikasi *power point* dan menggunakan *font* yang telah ditentukan oleh perusahaan. Perusahaan memiliki syarat untuk membuat sebuah desain, salah satu syaratnya adalah harus mempunyai unsur *shu ha ri* yang dikeluarkan oleh perusahaan pusat. Desain harus mempunyai unsur ketertarikan yang berguna untuk meningkatkan *brand awareness* Lexus, serta memberikan nilai positif bagi perusahaan. Desain tersebut akan digunakan pada coklat dan diserahkan kepada customer yang sedang menunggu mobilnya diperbaiki.



**Gambar 3.2. Sleeve Packaging Korte**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Penulis melakukan desain *special menu* menggunakan aplikasi *PowerPoint* yang mengintegrasikan konsep *Shu Ha Ri* yang telah ditetapkan oleh perusahaan pusat. Dengan memperhatikan prinsip ini, penulis telah berhasil menciptakan sebuah desain yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memberikan pengalaman yang

menyeluruh kepada audiens. Dengan tata letak produk yang dipelajari dan diterapkan, desain tersebut mampu memikat perhatian pengunjung dengan efektif. Penggunaan logo Lexus Pluit *Gallery* dan *font Nobel* tidak hanya memberikan identitas yang perusahaan, tetapi juga mencerminkan kualitas Lexus. Dengan mencantumkan identitas Lexus Pluit *Gallery* dalam desain, khususnya melalui tautan *social media* Instagram, penulis tidak hanya memperluas kesadaran merek, tetapi juga memberikan peluang untuk meningkatkan interaksi dengan audiens, meningkatkan jumlah pengunjung, serta potensi konversi menjadi pelanggan setia dan melakukan pembelian ulang.



**Gambar 3.3. Special Menu**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Dalam membuat desain tersebut, penulis dapat mempelajari membuat desain dengan menerapkan unsur *marketing* yang membuat *customer* tertarik. Penulis juga menerima masukan dari atasan mengenai desain tersebut dan memperbaiki masukan agar desain terlihat lebih sempurna dan baik. Atasan memberikan saran berupa tata warna dan tata letak objek untuk ditempatkan pada letak yang baik untuk menarik perhatian *customer*. Dalam membuat desain tersebut, tentunya penulis

banyak meminta referensi melalui internet dan melalui rekan kerja agar lebih terlihat baik. Dengan menerima saran mengenai tata warna dan tata letak objek, penulis dapat menghasilkan desain yang lebih menyempurnakan yang secara efektif menarik perhatian pelanggan potensial.

### 3.2.2.2. *Deck Event*

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis membuat *deck event* untuk event yang ingin diadakan, *deck event* digunakan untuk menyajikan informasi secara visual dalam sebuah *event* yang terdiri dari slide *PowerPoint* berisikan teks, gambar, dan informasi penting yang dirancang untuk menyampaikan pesan, menyajikan data, atau mengilustrasikan konsep yang ingin disampaikan. Dalam menjalankan tugas ini, penulis bekerja sama dengan rekan kerja yang telah memiliki pengalaman dalam pembuatan *deck event*, hal ini membantu penulis untuk memahami tugas dengan lebih baik. *Deck* yang pertama kali penulis buat yaitu *event Soirée of Love*, acara tersebut merupakan acara Valentine yang dihadiri oleh customer terpilih untuk makan malam bersama dengan pasangannya.

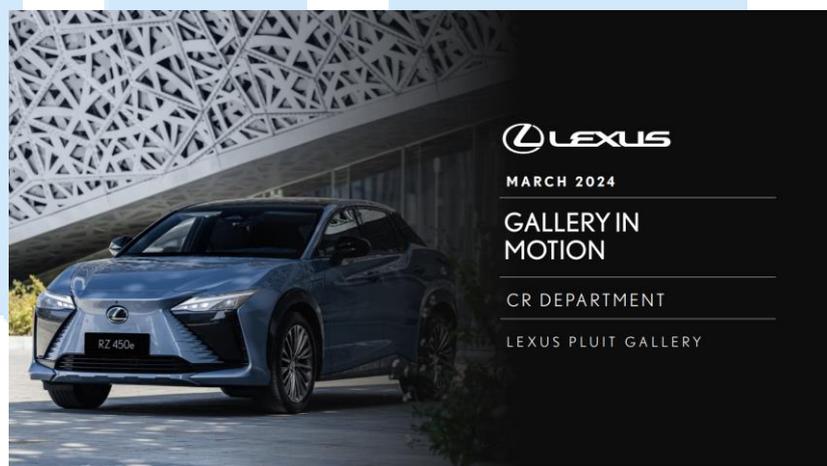


**Gambar 3.4. *Deck Event Soirée of Love***

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Lexus Pluit *Gallery* ingin merayakannya bersama customer dalam bulan penuh cinta, di mana mereka dapat merasakan pengalaman

makan malam romantis Valentine dengan orang yang dicintai seperti belum pernah sebelumnya. Pengalaman yang dipersonalisasi dan mendalam ini membantu membangun kepercayaan, memperkuat hubungan pelanggan, dan dapat menghasilkan peningkatan penjualan dan loyalitas merek, serta dapat memberikan kesempatan bagi Lexus Pluit *Gallery* untuk memperluas kehadirannya dan mendapatkan kesadaran merek dari *social media*.



**Gambar 3.5. Deck Event Gallery in Motion**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Penulis juga membuat deck untuk event *Gallery in Motion*, event ini merupakan *public display unit* **Lexus NX 350h F-Sport** dan **Lexus LM 350h** yang berlokasi di **Puri Indah Mall**. Event ini dibuat untuk menghadirkan kendaraan mewah di Puri Indah Mall akan menarik perhatian para pembeli dan pengunjung, menciptakan persepsi tentang prestise dan eksklusivitas yang terkait dengan merek Lexus, serta meningkatkan kesadaran merek secara khusus di Jakarta Barat.

*Gallery in Motion* memungkinkan calon *customer* untuk memahami merek Lexus secara langsung dengan menjelajahi kendaraan dan berinteraksi dengan *sales*. Pengalaman yang dipersonalisasi dan mendalam ini membantu membangun kepercayaan merek, memperkuat hubungan pelanggan, dan dapat menghasilkan peningkatan penjualan dan

loyalitas merek. Selain untuk memperkenalkan produk, event ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung kepada calon pelanggan.

Dalam proses pembuatan *deck event* untuk *Soirée of Love* dan *Gallery in Motion*, penulis menjelaskan maksud dan tujuan dari pelaksanaan dari *event* tersebut, serta menentukan KPI untuk mencapai target. Pembuatan *deck event* untuk *Soirée of Love* dan *Gallery in Motion* merupakan hasil dari kerja sama antara penulis, atasan, dan rekan kerja, yang berguna untuk menjelaskan latar belakang dari pelaksanaan *event* tersebut, serta untuk meningkatkan *leads* dan *brand awareness* menggunakan prinsip *Marketing*. Dengan membuat *deck event* tersebut, perusahaan telah mengetahui tujuan yang ingin didapatkan dalam *event* tersebut.

### 3.2.2.3. Social Media Content

*Social Media Content* merupakan konten yang dibuat dan dipublikasikan di platform *social media* khususnya **Instagram**. Dalam dunia pemasaran modern, penggunaan *social media* telah menjadi salah satu alat yang paling efektif untuk menghubungkan merek dengan audiensnya. Dalam rangka mencapai tujuan-tujuan pemasaran yang beragam, penulis bersama rekan kerja dan vendor telah merancang konten-konten yang kreatif dan beragam untuk dipublikasikan di platform ini. Konten *social media* yang dibuat oleh penulis berupa **teks informatif**, **gambar** menarik, hingga **video** yang menarik konsumen baru. Kombinasi dari elemen tersebut bertujuan untuk menarik perhatian audiens, membangun kesadaran merek Lexus, serta mempromosikan produk dan layanan perusahaan dengan cara yang menarik dan relevan. Selain itu, tujuan konten tersebut juga termasuk meningkatkan keterlibatan pengguna dengan merek dan mendukung tujuan bisnis secara keseluruhan.

Melalui platform *social media* Instagram, Lexus memiliki kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan audiensnya. Dengan membuat konten yang menarik, Lexus dapat membangun

hubungan yang lebih dekat dan personal dengan pelanggan potensial dan yang sudah menjadi *customer*. Kehadiran Lexus *social media* sebagai sarana untuk berbagi informasi dan merespons langsung terhadap kebutuhan dan keinginan *customer*. Dengan menampilkan konten-konten yang berkualitas, Lexus dapat membangun citra merek yang kuat, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. exus dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan *engagement*, dan menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan



**Gambar 3.6. Take content**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Penulis melakukan *take content* bersama rekan kerja, vendor, dan model menggunakan unit mobil Lexus. Pengambilan gambar dan video memiliki cara tersendiri untuk membuat ketertarikan kepada orang yang lihat. Konten yang di buat akan di proses edit dan akan dipublikasikan melalui platform *social media* Instagram. Konten yang dibuat berdasarkan dengan referensi yang diberikan penulis kepada vendor yang membuatnya.

Setiap konten mengandung unsur **ketertarikan** serta *copywriting* bagi orang yang melihatnya. Namun, sebelum konten dipublikasikan, konten tersebut akan diserahkan kepada perusahaan pusat untuk dilakukan pemeriksaan lebih lanjut dan menerima *feedback* yang sangat baik. Proses ini memungkinkan perbaikan yang diperlukan sebelum konten dipublikasikan secara luas, memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan visi dan nilai perusahaan serta efektif dalam mencapai tujuan pemasaran.

Waktu	Platform	Saluran	Detail Konten	Visual
1 Mei	10.00	Publik	<p>Menjadi bagian dari generasi yang akan datang adalah salah satu tujuan yang paling penting bagi generasi milenial. Dengan menggunakan teknologi yang tepat, generasi milenial dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi mereka. Dengan menggunakan teknologi yang tepat, generasi milenial dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi mereka.</p> <p>Hashtag: #Lexus #Lexus #Lexus</p>	
2 Mei	12.00	Publik		
3 Mei	10.00	Publik	<p>Menjadi bagian dari generasi yang akan datang adalah salah satu tujuan yang paling penting bagi generasi milenial. Dengan menggunakan teknologi yang tepat, generasi milenial dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi mereka. Dengan menggunakan teknologi yang tepat, generasi milenial dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi mereka.</p> <p>Hashtag: #Lexus #Lexus #Lexus</p>	

**Gambar 3.7. Social Media Content Timeline**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

### 3.2.2.4. Event

Dalam melaksanakan proses kerja magang, penulis mengikuti beberapa *event* yang dibuat untuk meningkatkan *personal branding* perusahaan. *Event* merupakan suatu kegiatan yang dibuat dengan tujuan khusus untuk mengumpulkan orang-orang dalam suatu waktu dan tempat tertentu. Event dapat mencakup berbagai jenis acara seperti seminar, pameran, konser, pertemuan bisnis, pernikahan, dan lainnya. Tujuan dari pelaksanaan *event* untuk mempromosikan suatu produk atau layanan, membangun hubungan dengan *customer*, meningkatkan *brand awareness*, mengedukasi audiens, atau untuk menghibur.

*Event* yang diadakan oleh perusahaan tempat penulis melakukan praktik kerja magang berupa turnamen golf yang melibatkan *customer* dan calon *customer* yang relevan dengan merek dan audiens target Lexus. Turnamen golf ini tidak hanya menjadi ajang untuk bersenang-senang dan berolahraga, tetapi juga merupakan kesempatan untuk memperkuat hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, serta membangun koneksi yang lebih erat dengan potensial audiens.



**Gambar 3.8. BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Pengadaan *event* turnamen golf merupakan suatu kegiatan yang digunakan untuk meningkatkan *leads* dan *brand awareness* merek Lexus. Dalam event turnamen golf, Lexus dapat memanfaatkan branding dan promosi yang terkait dengan perusahaan. Lexus berpartisipasi sebagai sponsor resmi turnamen dan menyediakan mobil unit NX 350h F-Sport yang digunakan dalam event. Selain itu, Lexus juga dapat melakukan *display unit* pada bagian lapangan dan memperkenalkan berbagai fitur unggulan dan keunggulan produk kepada para peserta. Dalam event ini, Lexus tidak hanya memberikan kesadaran merek yang luas, tetapi juga menciptakan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan calon

pelanggan yang berpotensi. Hal ini dapat membantu meningkatkan *brand awareness* Lexus di kalangan peserta.



**Gambar 3.9. *Soirée of Love***

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Penulis juga terlibat dalam acara *Soirée of Love*, walaupun penulis tidak terlibat langsung pada acara tersebut karena berhalangan hadir, namun penulis membantu dan memberikan ide kreatif untuk mendukung keberhasilan event. Penulis bertugas untuk membuat desain menu untuk diletakkan di atas meja yang bertemakan “5 love languages” yang bertema valentine. Acara ini dirangkai khusus untuk merayakan dan memperingati cinta dan kasih sayang. Didesain dengan konsep yang romantis dan elegan, dekorasi yang indah dengan sentuhan cinta dan motif Valentine akan menciptakan suasana yang intim dan mempesona. Acara ini memiliki tema tertentu yaitu "5 love languages", yang akan tercermin dalam dekorasi, meja makan, dan suasana keseluruhan.

*Soirée of Love* menyajikan menu makan malam yang istimewa dan romantis, makanan yang disajikan terdiri dari hidangan gourmet dengan pilihan makanan penutup yang menggoda. *Chef Dhani Bongso* terampil

akan merancang menu yang menggabungkan cita rasa yang lezat dengan presentasi yang menarik, menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi para tamu. Kemudian *event* ini memberikan “*Lexus Omiyage*” atau hadiah sebagai tanda penghargaan kepada para *customer* undangan berupa kenang-kenangan unik yang terkait dengan tema cinta dan Valentine.

Kemudian penulis mengikuti *event* buka puasa bersama yang dihadiri oleh seluruh karyawan Lexus Pluit *Gallery* dan tamu undangan, *event* ini bernama ***Lexus Indonesia Iftar 2024***. Penulis berperan sebagai divisi dokumentasi yang bertugas untuk mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan mulai dari *Lexus Charity* sampai *main event*. Sejalan dengan nilai-nilai Lexus “*sincerity and warmly engage*”, Ramadhan akan menjadi waktu yang tepat bagi Lexus sebagai komunitas untuk menyelenggarakan acara yang dapat memperkuat ikatan komunitas dan untuk menunjukkan rasa syukur dengan berbagi kepada orang lain.



**Gambar 3.10. Lexus Indonesia Iftar 2024.**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Pada tahun 2024, acara Ramadhan yang diselenggarakan bertemakan “*Akhlasa: Illuminating hearts in Ramadhan*”, tema ini

menyoroti pentingnya ketulusan (*akhlasa*) dalam setiap aspek ibadah selama Ramadan. Acara ini mengundang seluruh karyawan Lexus Indonesia untuk memperdalam pemahaman tentang berbuat kebaikan yang tulus sepanjang bulan Ramadhan. Acara ini dirancang dengan baik, peserta diajak untuk mengeksplorasi makna sejati dari ibadah, memperdalam hubungan peserta dengan Tuhan, dan memperkuat kualitas iman peserta, serta meningkatkan kedekatan yang lebih erat dengan nilai-nilai agama.



**Gambar 3.11.** *Lexus Electrifying Experience (in collaboration with CitraLake Villa & Citra 8 Aeroworld).*

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Penulis mengikuti *event Lexus Electrifying Experience (in collaboration with CitraLake Villa & Citra 8 Aeroworld)* yang diselenggarakan oleh Ciputra Group dan diikuti oleh Lexus Pluit Gallery untuk menyediakan 2 *unit test drive* Lexus NX350h F-Sport & Lexus RZ450e. Acara ini berlokasi di CitraLake Villa dan Citra 8 Aeroworld yang merupakan *show unit* perumahan yang dihadiri oleh undangan dalam acara yoga dan barbeque. Penulis bertugas sebagai *customer relation staff* yang memiliki peran untuk menganalisis acara dan mempersiapkan gift

bagi peserta yang melakukan *test drive* dan *follow* Instagram Lexus Pluit Gallery yang berguna untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan.

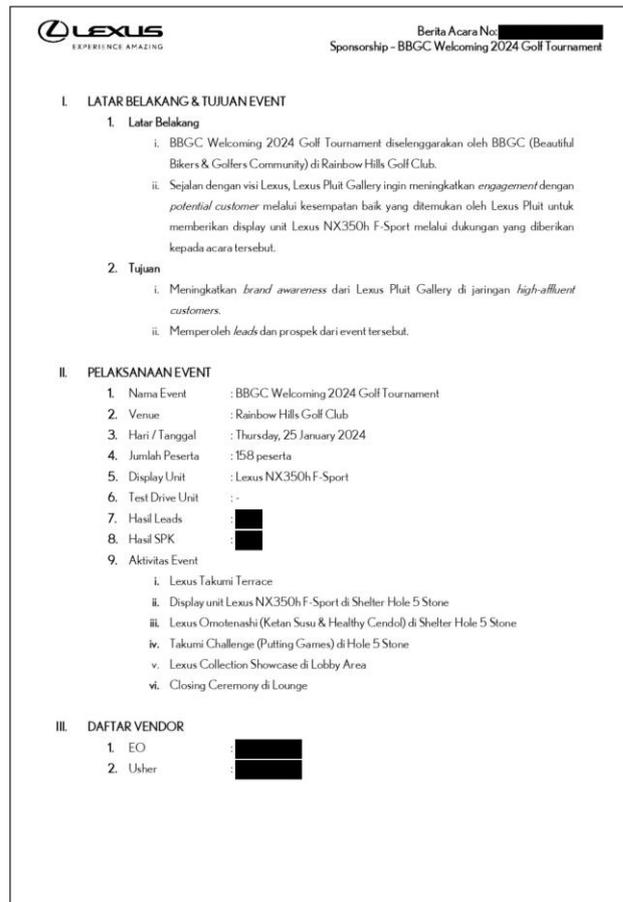
Dalam rangka mengadakan event-event tersebut, Lexus telah menunjukkan dedikasi dan komitmen yang luar biasa untuk memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi penulis. Melalui event **BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament, Soirée of Love, Lexus Indonesia Iftar 2024**, dan **Lexus Electrifying Experience (in collaboration with CitraLake Villa & Citra 8 Aeroworld)**, Lexus telah berhasil menciptakan momen yang menginspirasi, mempererat hubungan sosial, dan memperkuat ikatan dengan komunitas mereka. Penulis melakukan tugas dari seluruh event tersebut dengan baik. Setiap pekerjaan yang dikerjakan oleh penulis, penulis meminta saran dan masukan dari rekan kerja lainnya, kemudian akan diserahkan kepada *Marketing & Customer Relation Manager* untuk menerima *feedback* dan diperbaiki.

### 3.2.2.5. Berita Acara

Dalam melaksanakan sebuah event, diperlukan sebuah berita acara untuk diserahkan kepada perusahaan pusat. Berita acara merupakan dokumen resmi yang dibuat untuk merekam dan mendokumentasikan peristiwa atau kejadian yang terjadi dalam suatu pertemuan, acara, atau kegiatan. Berita acara biasanya disusun untuk tujuan tertentu, seperti memberikan catatan resmi, memperjelas fakta-fakta, memastikan kesepakatan tertulis, atau sebagai bukti dokumentasi. Proses pembuatan berita acara memiliki beberapa langkah untuk menciptakan dokumen yang baik.

Isi dari berita acara mencakup rincian tentang acara secara keseluruhan. Semua informasi ini harus dicatat dengan jelas dan terperinci, sehingga berita acara dapat menjadi bukti dan referensi yang valid. Berita acara memiliki lampiran yang relevan dengan acara tersebut, lampiran ini berupa catatan, dokumen pendukung, atau materi lain yang mendukung informasi dalam berita acara. Setelah berita acara selesai disusun dan

ditandatangani, berita acara tersebut diberikan kepada perusahaan pusat untuk dilakukan evaluasi.

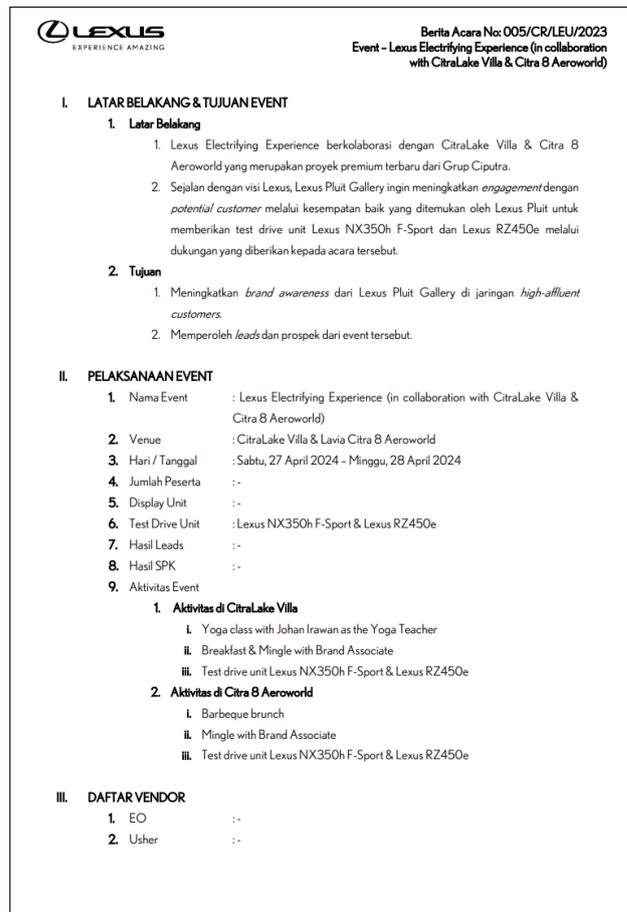


**Gambar 3.12. Berita Acara BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament.**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Dalam berita acara *BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament* terdapat informasi mengenai jadwal acara, tempat pelaksanaan, dan aturan yang berlaku dalam turnamen. Dokumen ini penting untuk memberikan petunjuk dan informasi kepada perusahaan pusat dan pihak terkait mengenai hasil pelaksanaan turnamen golf tersebut. Penulis membuat berita acara tersebut sesuai dengan contoh berita acara lain yang diberikan oleh rekan kerja, penulis dapat melakukan analisis dengan efektif terkait

hasil dari *event* golf tersebut. Selain itu dalam berita acara ini terdapat *budgeting* dan dokumentasi terkait dengan event tersebut.



**Gambar 3.13. Berita Acara Lexus Electrifying Experience (in collaboration with CitraLake Villa & Citra 8 Aeroworld).**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Dalam berita acara *Lexus Electrifying Experience (in collaboration with CitraLake Villa & Citra 8 Aeroworld)* terdapat informasi mengenai jadwal acara, tempat pelaksanaan, dan aturan yang berlaku dalam turnamen. Penulis membuat berita acara tersebut sesuai dengan kegiatan selama acara berlangsung. Berita acara ini memiliki berbagai informasi, mulai dari tujuan pelaksanaan acara ini, sampai dengan kegiatan apa saja yang dilakukan.

### 3.2.2.6. Meeting

Dalam melakukan proses kerja magang, penulis mengikuti beberapa meeting mengenai perkembangan acara *Lexus Indonesia Iftar 2024*, *social media report*, dan PDCA (*Plan, Do, Check, and Action*). *Meeting* merupakan kegiatan dimana sekelompok orang berkumpul untuk berdiskusi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam sebuah meeting, peserta biasanya saling berbagi informasi, memperoleh pembaruan terkait aktivitas, serta membuat keputusan yang dapat mempengaruhi langkah selanjutnya. *Meeting* juga dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan ide, memecahkan masalah, atau mengkoordinasikan tugas dan tanggung jawab.

Tujuan dari sebuah *meeting* yaitu untuk menyampaikan informasi terkini dan perkembangan terkait dengan suatu kegiatan atau tugas tertentu, hal ini untuk memastikan semua peserta mendapatkan informasi yang relevan. *Meeting* sering kali diadakan untuk mendukung proses pengambilan keputusan. Berdiskusi dalam sebuah pertemuan dapat membantu peserta atau panitia mencapai kesepakatan dan memecahkan masalah yang dihadapi. Melalui *meeting*, peserta memberikan umpan balik dan melakukan analisis.

*Meeting* merupakan wadah yang penting di mana ide-ide baru dapat berkembang dan solusi dapat dihasilkan. Selain itu, meeting juga merupakan kesempatan untuk membangun hubungan antar anggota tim, memperkuat kebersamaan, dan memperdalam pemahaman satu sama lain. Dengan berbagi pengalaman dan pengetahuan, anggota tim dapat saling mendukung, sehingga menciptakan lingkungan kerja yang harmonis. *Meeting* juga memberikan platform bagi setiap anggota untuk memberikan umpan balik dan berkontribusi secara aktif terhadap tujuan bersama, meningkatkan motivasi dan komitmen terhadap pekerjaan.



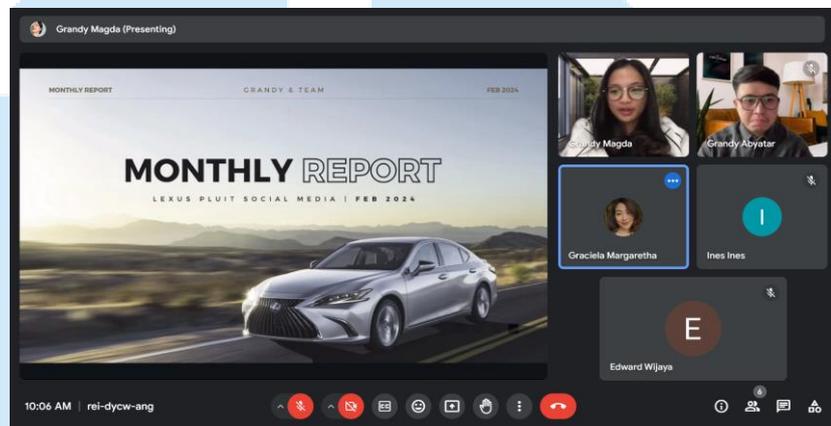
**Gambar 3.14. Meeting event Lexus Indonesia Iftar 2024.**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Penulis mengikuti *meeting* untuk mempersiapkan acara *Lexus Indonesia Iftar 2024* bersama dengan anggota panitia dari setiap divisi terkait. *Meeting* tersebut bertujuan untuk memberikan pembaruan tentang progres yang telah dicapai oleh masing-masing divisi serta perkembangan keseluruhan acara. Penulis menerima arahan langsung dari ketua panitia dan berkoordinasi dengan anggota divisi terkait pengambilan foto dan video untuk dokumentasi acara. Penulis juga memberikan informasi terkait dengan detail-detail teknis acara, seperti *dress code* yang akan diterapkan dan konsep dekorasi untuk *main event*.

Diskusi yang berlangsung selama *meeting* juga memungkinkan para anggota panitia untuk berbagi ide dan masukan untuk memastikan bahwa acara tersebut berjalan dengan lancar dan memenuhi ekspektasi. Dengan adanya *meeting* ini, diharapkan semua anggota panitia dapat bekerja secara sinergis untuk menyelenggarakan acara *Lexus Indonesia Iftar 2024*

dengan sukses dan memuaskan, serta penulis dapat belajar untuk memperoleh keberhasilan acara.



**Gambar 3.15. Meeting Social Media Monthly Report.**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Penulis mengikuti meeting bersama tim dari vendor *social media* untuk membahas laporan perkembangan pemasaran melalui akun Instagram setiap bulan. Tujuan utama dari *meeting* ini untuk menganalisis tren dan data terkini yang terkait dengan aktivitas pemasaran perusahaan di platform Instagram, serta mengevaluasi efektivitas strategi yang telah diterapkan. Selama rapat, penulis dan tim vendor *social media* memeriksa laporan-laporan yang mencakup berbagai kinerja seperti *followers*, *engagement*, *leads*, *clicks*, dan *conversions*.

Analisis data tersebut memberikan wawasan yang sangat berharga tentang perilaku audiens, serta respon terhadap berbagai konten dan *campaign* yang telah diluncurkan. Hal ini membuat perusahaan dapat mengidentifikasi tren yang muncul, memahami apa yang diminati oleh target pasar dan menyesuaikan strategi pemasaran dengan tepat. Analisis data dapat membantu dalam mengukur keberhasilan *campaign* yang telah diluncurkan.



**Gambar 3.16. Meeting PDCA.**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Penulis mengikuti meeting PDCA (*Plan, Do, Check, and Action*) bersama dengan *Marketing & Customer Relation Department* untuk membahas perkembangan pekerjaan setiap individu dalam tim. *Meeting* ini dijadwalkan secara rutin setiap bulan sekali, bertujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan meningkatkan kinerja anggota tim selama satu bulan terakhir. Pada awal rapat, individu mempresentasikan agenda yang mencakup daftar pekerjaan yang telah dilakukan oleh setiap individu dalam tim selama periode tersebut. Setiap anggota tim diberikan kesempatan untuk menyampaikan laporan singkat tentang pekerjaan yang telah mereka lakukan, termasuk pencapaian yang telah dicapai dan tantangan yang dihadapi.

Setiap pekerjaan yang tercatat dalam agenda dianalisis secara menyeluruh. Anggota tim diberikan kesempatan untuk memberikan masukan, kritik, dan saran mengenai pekerjaan yang telah dilakukan.

Meeting PDCA ini berguna untuk mengevaluasi kinerja individu dan sebuah kesempatan untuk memperkuat kerjasama tim dan memastikan bahwa semua anggota tim bergerak menuju tujuan bersama dengan efektif.

### 3.2.2.7. Morning Briefing

*Morning briefing* merupakan pertemuan seluruh karyawan pada pagi hari di mana seluruh anggota tim atau karyawan berkumpul untuk mendapatkan informasi terkini dan berkoordinasi mengenai tugas-tugas yang perlu dikerjakan. Pertemuan ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua anggota tim memiliki pemahaman yang sama tentang tugas yang perlu diselesaikan. Selain itu, *morning briefing* juga berfungsi untuk menyampaikan *update* terkait dengan proyek yang sedang berlangsung, mendiskusikan kebijakan atau prosedur perusahaan, serta memberikan kesempatan bagi karyawan untuk saling berbagi informasi atau masukan yang mungkin relevan bagi tim.

MORNING BRIEFING  
LEXUS PLUIT GALLERY

LEXUS  
EXPERIENCE AMAZING

Date : 23/3/24

**I. SHARING SESSION**

**1. After Sales**

- a. [Redacted]
  - > Booking service hari ini ada 14 Unit (2RC, 2GR).
  - > 2 Home Service hari ini di Jakarta Utara & Jakarta Barat.
- b. [Redacted] Info hari ini ada 7 delivery.
  - > Delivery unit RX 450h+ on [Redacted] jam 15.00 di Jakarta Selatan - BA [Redacted]
  - > Delivery unit LM 350h on [Redacted] jam 10.00 di Jakarta Utara - BA [Redacted]
  - > Delivery unit RX 350h on [Redacted] jam 10.00 di Jakarta Utara - BA [Redacted]
  - > Delivery unit NX 350h F-Sport on [Redacted] jam 10.00 di Jakarta Utara - BA [Redacted]
  - > [Redacted] jam 15.00 di Jakarta Utara - BA [Redacted]
  - > Delivery unit LM 350h on [Redacted] jam 15.00 di Jakarta Utara - BA [Redacted]
  - > Delivery unit LM 350h on [Redacted] jam 10.00 di Tangerang - BA [Redacted]
- c. [Redacted] Total unit entry 22 Maret 23 unit, 14 LC 9GR.

**2. Brand Associate**

- a. [Redacted] Sharing delivery hari ini unit LM 350h 4 seater an Nicolas Pakarta jam 10.00 di Jakarta Utara.
- b. [Redacted] Sharing delivery hari ini unit NX 350 F-Sport an PT Handal Sukatama jam 10.00 di Jakarta utara dan unit LM 350h 7 seater an Rudy Djumarno jam 15.00 di Jakarta Utara. Info hari ini ada customer test drive an Sugianto unit RZ 450e. Sharing delivery kemudi 3 unit di Semarang.

**3. HR, Finance, and Administration**

- a. [Redacted] Info mulai sore ini tempat besok akan ada perbaikan AC di lobby.

**4. Customer Relationship Officer**

- a. [Redacted] Customer birthday an Ms. Khor Sow-Hiang - BA Richard.

**5. NEWS UPDATES**

- a. No news update.

**6. QUOTES OF THE DAY**

[Redacted] Waktu adalah lada terbaik, "Saat seseorang memberikan waktunya, dia memberi bagian dari dirinya yang tak bisa diambil kembali".

Next Quotes: [Redacted]

Prepared By, [Redacted]  
Name: Edward

Approved By, [Redacted]  
Name: [Redacted]

Gambar 3.17. Morning briefing.

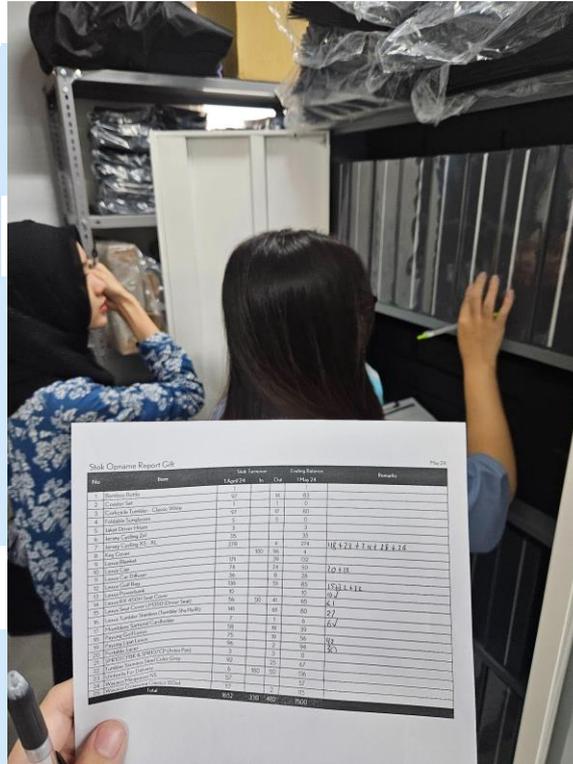
Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Salah satu tujuan utama dari morning briefing adalah untuk memberikan motivasi kepada anggota tim dan meningkatkan fokus untuk memulai hari kerja dengan semangat yang tinggi. Dengan menyampaikan pesan positif dan membangun rasa keterikatan dengan visi dan misi perusahaan, *morning briefing* dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif. *Morning briefing* ini sebagai wadah untuk memberikan kesempatan bagi anggota tim untuk berbagi ide, masalah, atau pertanyaan. Selain itu terdapat *quotes* yang dilakukan oleh seluruh karyawan setiap harinya untuk memotivasi karyawan dalam keberlangsungan hidup. Penulis melakukan rekap *morning briefing* setiap hari selama proses kerja magang yang kemudian diberikan kepada *supervisor* dan diserahkan ke pusat untuk dilakukan *control* setiap *gallery*.

#### **3.2.2.8. Stock Opname**

*Stock Opname* merupakan proses penghitungan dan verifikasi terhadap jumlah barang atau persediaan yang ada dalam inventaris suatu perusahaan. Tujuan dari *stock opname* adalah untuk memastikan bahwa jumlah stok yang ada sesuai dengan catatan atau data yang tercatat dalam sistem. Proses ini melibatkan beberapa tahapan yang bertugas untuk menghitung, mencatat, dan membandingkan stok fisik dengan data yang ada di sistem.

Anggota tim menghitung jumlah setiap barang satu per satu dan mencatat hasilnya. Data ini kemudian dibandingkan dengan catatan stok yang ada dalam sistem komputer perusahaan. Jika jumlah fisik dan jumlah yang tercatat sesuai, maka tidak ada masalah. Namun, jika terdapat perbedaan antara stok fisik dan stok yang tercatat dalam sistem, maka perusahaan akan melakukan investigasi lebih lanjut untuk mencari penyebab perbedaan tersebut.



**Gambar 3.18. Stock Opname.**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Penulis setiap bulannya selama proses kerja magang melakukan stock opname untuk delivery gift bersama tim dari *Finance Accounting & Tax Department*. Hal ini bertujuan untuk memastikan stok barang yang tercatat sesuai dengan jumlah yang ada. Selama penulis melakukan *stock opname*, setiap *item gift* akan diperiksa jumlahnya dan kondisinya. Hal ini berguna untuk memastikan bahwa *gift* yang akan dikirimkan kepada penerima sesuai dengan yang diharapkan dan dalam kondisi yang baik. Stock opname untuk delivery gift sebaiknya dilakukan secara teratur, terutama sebelum periode pengiriman yang sibuk, seperti menjelang hari raya atau perayaan khusus lainnya. Dengan melakukan *stock opname* setiap bulan, perusahaan dapat menjaga ketersediaan stok, menghindari kekurangan barang, serta menjaga kepuasan pelanggan dengan pengiriman *gift* yang tepat waktu. Kemudian perusahaan dapat dengan baik mengoptimalkan jumlah *stock* yang ada untuk operasional perusahaan.

### 3.2.2.9. Thank You Letter

*Thank you letter* merupakan surat yang digunakan untuk mengungkapkan rasa berterima kasih kepada seseorang atas bantuan, dukungan, hadiah, atau pelayanan yang diberikan. Surat ini dapat dikirim setelah menerima bantuan atau hadiah, setelah menghadiri acara tertentu, atau sebagai respon atas perhatian atau kesempatan yang diberikan oleh seseorang. *Thank you letter* merupakan cara yang efektif untuk mengekspresikan rasa terima kasih secara langsung dan pribadi kepada orang yang telah memberikan kontribusi atau bantuan. Surat ini menciptakan hubungan yang lebih dekat dan menguatkan ikatan antara pengirim dan penerima.

Jakarta, 3<sup>rd</sup> April 2024

To : Mr. [REDACTED]

Subject : Welcome to the Lexus World

Dear Mr. [REDACTED]

On behalf of Lexus Indonesia, we would like to convey our highest appreciation for your decision to be a part of the Lexus Worldwide Family and for choosing Lexus vehicle as your partner in pursuing perfection.

Taking this opportunity, we are glad to deliver to you your new **Lexus LM350h 7 seater**. We have equipped your car with special **Umar Premium Glass Film** for your comfort and we have done the **Comprehensive Auto Detailing** to ensure its perfect appearance.

For your privilege, we would also like to include an **Exclusive Lexus Umbrella, Tumbler, Cap, Seat Cover, and Blanket** along with your new **Lexus LM350h 7 seater**. We sincerely hope that the gifts would always assist you in making the most of your every moment.

Together with Lexus as your partner in your relentless pursuit of your life pleasure, we are looking forward to continuing making things as convenient as possible for you. Therefore, should you have any questions or inquiries, please feel free to contact me at +62 [REDACTED] at your most convenience.

Once again, thank you very much for your kind attention and have a pleasant day.

Sincerely,

[REDACTED]  
LEXUS INDONESIA

**Gambar 3.19. Thank You Letter.**

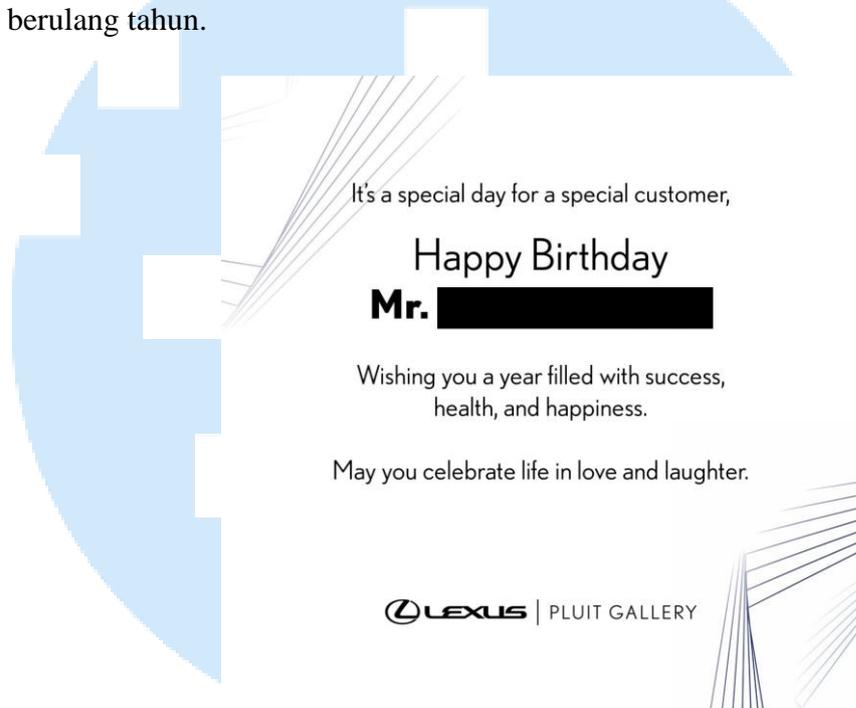
Sumber: Data Perusahaan, 2024.

*Thank you letter* ini merupakan ungkapan terima kasih atas keputusan pembeli untuk menjadi bagian dari keluarga Lexus *Worldwide* dan memilih kendaraan Lexus sebagai mitra dalam mengejar kesempurnaan. *Thank you letter* ini juga bertujuan untuk memberitahu bahwa mobil Lexus LM 350h 7 seater telah disiapkan dan diserahkan kepada pembeli. Lexus Indonesia menjelaskan bahwa mobil tersebut telah dilengkapi dengan Llumar Premium Glass Film untuk kenyamanan serta telah melakukan Comprehensive Auto Detailing untuk memastikan penampilannya yang sempurna. Lexus Indonesia juga menyertakan *gift* eksklusif berupa ***Exclusive Lexus Umbrella, Tumbler, Cap, Seat Cover, and Blanket*** bersamaan dengan Lexus LM 350h 7 seater yang baru. Lexus Indonesia berharap bahwa *gift* tersebut akan selalu membantu pembeli dalam menjalani setiap momen dengan maksimal. Penulis membuat *thank you letter* tersebut dengan template yang sudah ditetapkan dan menginput nama *customer* dan *gift* yang ingin diberikan, serta nama dan nomor telepon dari *brand associate*.

#### **3.2.2.10. Birthday Letter**

*Birthday letter* merupakan pesan yang dikirimkan kepada seseorang dalam rangka merayakan hari ulang tahun mereka. Pesan ini memiliki tujuan untuk mengucapkan selamat ulang tahun, mengungkapkan apresiasi, memberikan harapan yang baik, dan tanda perhatian khusus. Melalui *birthday letter*, pengirim menunjukkan bahwa mereka mengakui dan menghormati penerima. *Birthday letter* ini digunakan untuk merayakan dan menghormati seseorang pada hari ulang tahun mereka. Dengan mengirimkan *birthday letter*, kita menunjukkan bahwa kita memperhatikan dan menghargai momen spesial dalam hidup *customer*. *Birthday letter* tidak hanya sekadar menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap orang yang berulang tahun, tetapi juga merupakan ungkapan dari hubungan yang kita bangun dengan mereka. Pesan yang terkandung di dalamnya menjadi bukti bahwa kita mengingat dan menghargai momen spesial dalam hidup mereka. Birthday letter bukan

hanya sekadar pesan tertulis, tetapi juga merupakan ungkapan dari perhatian dan kebersamaan yang kita bagikan dengan *customer* yang berulang tahun.



**Gambar 3.20. Birthday Letter.**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Dalam *birthday letter*, Lexus mengucapkan selamat ulang tahun kepada *customer*. Pesan ini dibuat dengan nada yang formal dan sopan, menunjukkan keinginan yang baik untuk tahun yang akan datang. Pesan tersebut berisi ungkapan apresiasi dan harapan yang baik bagi *customer*. Perusahaan menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap penerima surat dengan mengirimkan ucapan selamat ulang tahun yang hangat. *Birthday letter* tersebut menyampaikan kehangatan, perayaan, dan kegembiraan kepada penerima. Pesan ini adalah ungkapan perhatian dan kebahagiaan dalam merayakan hari ulang tahun penerima, serta memberikan harapan yang baik untuk tahun yang akan datang dalam kehidupannya. Penulis melakukan penginputan nama *customer* sebanyak 100 *customer* setiap bulannya yang kemudian akan diserahkan kepada *concierge* untuk dikirim melalui platform WhatsApp.

### 3.2.2.11. E-Catalogue

*E-Catalogue* adalah versi *digital* dari katalog yang biasanya digunakan untuk mempromosikan dan menjual produk atau layanan. Dibandingkan dengan katalog fisik yang dicetak dan didistribusikan secara fisik, *e-catalogue* dapat diakses secara digital melalui internet atau media elektronik lainnya. *E-Catalogue* berisi informasi lengkap tentang produk atau layanan yang ditawarkan, termasuk deskripsi, gambar, spesifikasi teknis, harga, dan informasi lainnya yang relevan.



**Gambar 3.21. E-Catalogue Lexus Collection.**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

*E-Catalogue Lexus Collection* merupakan sebuah katalog *digital* yang menampilkan berbagai produk *merchandise* dari Lexus. Dalam *E-Catalogue* ini, pelanggan dapat melihat berbagai jenis *merchandise* Lexus yang ditawarkan. Seperti yang tercantum dalam gambar tersebut terdapat *Lexus Cap*, *Lexus Golf Clutch*, *Lexus Golf Belt*, dan *Lexus Automatic Umbrella*, *E-Catalogue* tersebut menawarkan berbagai aksesoris serta mencantumkan gambar dan harga di masing-masing produk. Desain yang terdapat merupakan salah satu unsur wajib yang ditetapkan oleh Lexus Indonesia untuk dicantumkan terhadap seluruh desain yang ada. Penulis melakukan penginputan dan pengambilan gambar dari aset perusahaan, penulis melakukan desain yang menarik agar menunjukkan ketertarikan kepada *customer* yang melihat *E-Catalogue* tersebut.

#### **3.2.2.12. Delivery Gift**

*Delivery gift* merupakan sebuah proses yang melibatkan pengiriman barang kepada penerima sebagai tanda ungkapan terima kasih atau apresiasi dari pengirim. *Gift* yang dikirimkan dapat berupa bunga, kue, cokelat, hingga barang-barang elektronik atau perhiasan yang mewah. Tujuan utama dari *delivery gift* adalah untuk memberikan penghormatan dan apresiasi kepada penerima, terutama dalam hal kegiatan bisnis.

Misalnya memberikan *gift* kepada *customer* yang telah melakukan pembelian produk tidak hanya merupakan bentuk terima kasih atas kesetiaan dan dukungan mereka dalam menggunakan produk perusahaan, tetapi juga berfungsi sebagai strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat hubungan bisnis. Dengan memberikan hadiah, perusahaan menunjukkan apresiasi terhadap kontribusi *customer*, yang dapat meningkatkan rasa dihargai dan kepuasan mereka. Strategi ini membuka peluang bagi perusahaan untuk memperkenalkan produk baru kepada pelanggan setia. Dengan memberikan sampel produk baru sebagai hadiah, perusahaan dapat menerima umpan balik langsung dari pelanggan dan menciptakan *buzz* di sekitar peluncuran produk tersebut.



**Gambar 3.22. Delivery Gift.**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Setiap *customer* yang melakukan pembelian unit mobil Lexus akan diberikan *gift* sebagai tanda terima kasih atas kepercayaan dan dukungan mereka. *Gift* ini dipilih oleh tim *sales* dan disiapkan dengan cermat oleh penulis, yang mempertimbangkan preferensi dan kebutuhan masing-masing pelanggan. Setiap hadiah memiliki keunikan dan kepraktisan tersendiri, sehingga memberikan pengalaman bagi pelanggan. Beberapa contoh hadiah yang dapat diberikan kepada pelanggan Lexus meliputi *Golf Bag*, *Boston Bag*, *Umbrella*, *Power Bank*, *Tumbler*, *Card Holder*, *Seat Cover*, *Blanket*, *Corkcicle*, *Key Cover*, *Pen*, *Car Diffuser*, *Portable Juicer*, *Foldable Sunglasses*, *Cutlery Set*, *Coaster Set*, dan *Cap*. Setiap *gift* ini dipilih agar sesuai dengan gaya hidup dan preferensi *customer* Lexus.

Selama praktik kerja magang, penulis mempersiapkan *gift* tersebut sesuai dengan penentuan tim *sales*. Penulis bertanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap *gift* telah disiapkan untuk diserahkan kepada *customer* bersamaan dengan waktu *delivery* mobil. Penulis menyiapkan hadiah untuk sekitar 4 hingga 8 *customer* setiap harinya, dengan setiap *customer* menerima *gift* yang berbeda-beda. Dalam proses persiapan

*delivery gift* ini, penulis akan memastikan bahwa setiap *gift* tersusun rapi dan dilengkapi dengan *thank you letter* yang akan diserahkan kepada *customer*. Penulis memastikan bahwa setiap hadiah dipilih dengan cermat sesuai dengan preferensi pelanggan dan disiapkan dengan standar kualitas yang tinggi. Tujuannya untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan kepada *customer*, serta dapat memperkuat hubungan yang positif dengan *customer*.



**Gambar 3.23. Wacaco Minipresso.**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Seiring berjalannya waktu, semakin bertambah jenis *gift* baru yang tersedia. Wacaco Minipresso merupakan alat pembuat kopi portable yang

dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam membuat secangkir kopi. Untuk memperkenalkan penggunaan yang tepat dari Wacaco Minipresso kepada *customer*, penulis bekerja sama dengan *supervisor* dalam membuat sebuah video tutorial. Video tersebut dirancang untuk memberikan panduan mengenai tata cara penggunaan Wacaco Minipresso dengan baik dan benar. Mulai dari persiapan bahan-bahan yang diperlukan, pengaturan air yang sesuai, hingga proses pembuatan untuk menjadi secangkir kopi, setiap detail dijelaskan secara jelas dan lengkap dalam video tersebut. Setelah proses pengambilan video selesai, penulis melakukan *editing* agar video terlihat rapi, menarik, dan informatif. Selain itu, penulis juga menyertakan link video agar dapat diakses oleh *customer* yang telah mendapatkan *gift* Wacaco Minipresso, sehingga mereka dapat memahami cara penggunaannya dengan lebih baik.

#### **3.2.2.13. Form Pembayaran**

Form pembayaran adalah sebuah formulir yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan detail pembayaran dari karyawan kepada perusahaan. Form ini biasanya digunakan dalam proses pembelian barang atau layanan, di mana karyawan perlu untuk mengisi informasi yang diperlukan untuk melakukan pembayaran menggunakan kartu milik perusahaan. Form pembayaran berisi beberapa informasi penting seperti nama, kegunaan, nomor kontak, tanda tangan, dan rincian pembelian. Form juga mencakup detail transaksi seperti jumlah pembayaran, metode pembayaran yang digunakan, nomor kartu kredit atau rekening bank, serta tanggal pembayaran.

Tujuan dari pembuatan form pembayaran ini yaitu membantu memfasilitasi proses pembayaran dengan mengumpulkan informasi yang diperlukan secara terstruktur dan jelas. Selain itu, form pembayaran ini berfungsi sebagai catatan atau bukti pembayaran yang sah, serta sebagai hal yang penting dalam memelihara kedisiplinan dalam proses keuangan perusahaan. Perusahaan dapat memastikan keakuratan setiap pembayaran

yang dilakukan, serta mengidentifikasi dan mencegah adanya potensi adanya penyalahgunaan dana perusahaan.

**LEXUS**

**FORM PERMOHONAN PEMBAYARAN**

Tgl Permohonan : Tuesday, 16 April 2024  
 Nama Pemohon : ██████████  
 Divisi : Customer Relations  
 Tujuan / Kegiatan : Social Media Content  
 Peserta Kegiatan :  
 Customer  
 Internal

Tgl Keg.	Keterangan Barang / Jasa	Kategori Budget	Jumlah
May	Social media content management	Marketing Communication	██████████
	(March)		
	Additional Visit - Video testimony	Marketing Communication	██████████
	at ██████████		
	Model of shooting (8 hours)	Marketing Communication	██████████
JUMLAH			Rp. ██████████

Data Transfer

Bank : ██████████  
 No Rekening : ██████████  
 Atas Nama : ██████████

Customer Relations	
Name Budget	Rp. ██████████
Beginning Budget	Rp. ██████████
Budget Usage	Rp. ██████████
Ending Budget	Rp. ██████████

\*Note: Harga melampirkan Invoice/Kuitansi ber materai & stamp/Bea dari surat jalan

Disiapkan oleh	Diperiksa oleh	Disetujui oleh
██████████	██████████	██████████

**Gambar 3.24. Form Pembayaran.**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Penulis membuat form pembayaran yang disesuaikan dengan kegiatan dan nominal yang dikeluarkan untuk setiap pembelian atau kegiatan yang terjadi di perusahaan. Salah satu contohnya dalam hal pengeluaran biaya untuk *social media content*. Form pembayaran ini dibuat untuk memberikan dokumentasi yang jelas dan terperinci tentang setiap transaksi yang terjadi. Hal ini meliputi informasi tentang jenis kegiatan atau pembelian, deskripsi lengkap mengenai pengeluaran tersebut, serta nominal yang dikeluarkan. Dengan adanya form pembayaran ini, divisi keuangan dapat memeriksa setiap pengeluaran yang

terjadi, memastikan bahwa setiap transaksi sesuai dengan anggaran dan kebijakan perusahaan.

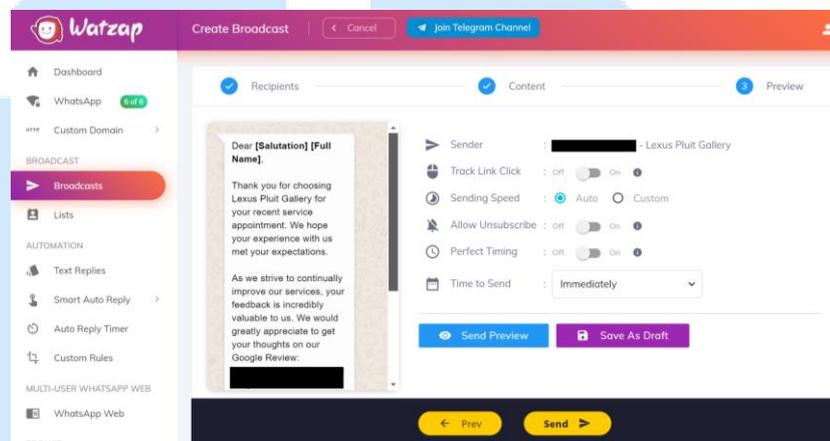
Setelah form pembayaran dibuat, penulis mengirimkan form pembayaran kepada divisi keuangan untuk proses pembayaran. Divisi keuangan akan melakukan pengecekan terhadap informasi yang tercantum dalam form pembayaran, termasuk kesesuaian antara nominal yang diminta dengan bukti yang disertakan. Setelah diverifikasi, form pembayaran akan diteruskan kepada *supervisor* divisi untuk persetujuan. Setelah mendapatkan persetujuan dari *supervisor* divisi, form pembayaran akan diajukan kepada direksi perusahaan untuk persetujuan. Persetujuan dari direksi perusahaan menandakan bahwa pengeluaran tersebut telah disetujui secara resmi.

#### **3.2.2.14. WhatsApp Blast**

WhatsApp *Blast* adalah strategi pemasaran yang melibatkan pengiriman pesan massal ke beberapa *customer* menggunakan platform WhatsApp. WhatsApp menjadi platform komunikasi yang paling terkenal, dengan menggunakan fitur *broadcast* yang disediakan oleh WhatsApp, pengguna dapat mengirim pesan yang sama kepada banyak kontak sekaligus. *WhatsApp Blast* dapat memungkinkan bisnis untuk menyebarkan pesan promosi, penawaran produk, atau informasi penting kepada pelanggan dengan cepat.

Proses *WhatsApp Blast* dimulai dengan menyiapkan pesan yang akan dikirim. Pesan ini dapat berupa promosi, informasi, acara, atau komunikasi lainnya. Kemudian, pengguna memilih daftar kontak yang akan menjadi penerima pesan. Daftar kontak ini dapat berisi pelanggan yang telah ada dalam data bisnis, yang telah disusun berdasarkan kriteria tertentu. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memilih pesan yang telah disiapkan sebelumnya dan mengirimkannya ke semua kontak dalam daftar secara cepat. Pesan dikirim sebagai pesan biasa ke setiap kontak,

sehingga penerima tidak akan melihat kontak lain yang menerima pesan yang sama.



**Gambar 3.25. WhatsApp Blast.**

Sumber: Data Perusahaan, 2024.

Penulis melakukan WhatsApp Blast kepada customer yang telah melakukan service rutin di Lexus Pluit Gallery. Penulis mendapatkan daftar pelanggan yang telah melakukan service rutin dari Concierge. Setelah mendapatkan daftar tersebut, penulis melakukan pengumpulan data yang relevan seperti nama customer, salutation, dan nomor telepon customer. Data tersebut kemudian diinput ke dalam format excel agar lebih mudah dibuat. Selanjutnya, penulis menggunakan platform website **Watzap** untuk melakukan broadcast WhatsApp kepada customer. Proses ini melibatkan mengunggah file excel yang berisi daftar pelanggan ke dalam platform tersebut. Setelah file diunggah, penulis masuk ke dalam akun WhatsApp di website tersebut untuk mengatur dan mengirimkan pesan kepada pelanggan.

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalankan aktivitas kerja magang di Lexus Pluit Gallery sebagai Marketing Communication Intern di bawah Marketing & Customer Relation Department, terdapat beberapa kendala yang muncul, meskipun pengalaman ini

sangat berharga dan memberikan wawasan yang berharga dalam dunia *Marketing & Customer Relation*.

### **3.3.1. Revisi Collaterals Design**

Penulis mendapatkan tugas untuk merancang *desain collaterals* untuk *sleeve packaging* coklat dan *special menu*, sebagai bagian dari upaya meningkatkan *brand awareness* dan *leads*. Setelah diperiksa oleh *manager*, beberapa *feedback* diberikan yang menyoroti beberapa area yang perlu perbaikan. Salah satu hal yang diberikan *feedback* mengenai penggunaan jenis warna yang lebih beragam dalam desain. Penggunaan warna yang beragam memiliki potensi untuk menarik perhatian pelanggan dan menciptakan kesan yang lebih menarik pada desain *collaterals*. Warna-warna yang dipilih dapat mencerminkan identitas merek dan mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.

### **3.3.2. Revisi Deck Event**

Penulis telah diberikan tugas untuk membuat *deck event Soirée of Love*, namun setelah mendapatkan *feedback* dari *manager*, terdapat beberapa ketidaksesuaian dalam pembuatan *layout area* dan alur dari awal masuk hingga akhir acara. *Manager* juga memberikan masukan mengenai tampilan *layout* yang perlu disesuaikan dengan bentuk fisik dan perlu dirapikan. Selain itu, terdapat kekurangan dalam hadiah atau gift yang perlu ditambahkan, serta alur dari awal masuk hingga akhir acara yang perlu diperjelas. *Feedback* juga diberikan mengenai penggunaan logo dalam flow yang perlu diperbaiki, serta detail dari flow acara yang perlu disempurnakan.

### **3.3.3. Konten Tidak Sesuai dengan Referensi**

Dalam menjalani praktik kerja magang, penulis dan tim dari vendor mengambil langkah-langkah untuk menghasilkan konten *social media*. Ide untuk konten tersebut diambil dari referensi yang ada di berbagai platform *social media*. Dalam upaya untuk membuat konten yang menarik, penulis

dan tim berusaha untuk membuat semirip mungkin gaya dan konsep yang terlihat dalam referensi tersebut. Namun, dalam proses pengambilan konten, seringkali terjadi ketidaksesuaian antara konten yang dihasilkan dengan referensi yang menjadi inspirasi. Ketidakesuaian ini disebabkan karena perbedaan dalam pengaturan, pencahayaan, atau komposisi visual antara lokasi dan situasi yang digunakan.

#### **3.3.4. Kurangnya Minat terhadap Mobil Lexus pada *Event BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament***

Penulis mengikuti *event BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament* yang diselenggarakan di Rainbow Hills Sentul. Meskipun acara ini diadakan dengan lokasi yang terkenal, perusahaan mengalami beberapa kendala, salah satunya adalah kurangnya minat dari peserta terhadap mobil Lexus. Ketika acara berlangsung, hanya sedikit peserta yang menunjukkan minat dalam menanyakan mengenai mobil Lexus. Sebaliknya, peserta justru lebih tertarik pada mini game yang diadakan oleh Lexus dan berharap untuk memenangkan hadiah menarik jika berhasil dalam permainan tersebut. Meskipun Lexus berhasil meningkatkan *leads* dan *brand awareness* tetapi, minat peserta terhadap mobil Lexus masih kurang.

#### **3.3.5. Terdapat Miskomunikasi dari Pihak Penyelenggara yang Merugikan Pihak Lexus**

Penulis mengikuti *event Lexus Electrifying Experience* yang diadakan di Citra 8. Pada hari kedua *event*, penulis menghadapi situasi yang tidak terduga ketika salah satu truk ingin menanam pohon besar di sebelah unit Lexus. Tanpa disadari, truk tersebut menyentuh tenda yang dipasang untuk display unit Lexus yang menyebabkan tenda terkena dan meninggalkan bekas lecet yang cukup mencolok. Hal ini terjadi akibat dari miskomunikasi antara pihak penyelenggara acara dan pihak vendor pohon. Kerusakan yang terjadi pada tenda tidak hanya mengganggu tampilan area display unit Lexus, tetapi juga dapat menurunkan kesan profesionalisme dan kualitas layanan yang ditawarkan kepada *customer*.

### **3.3.6. Kurang Minat terhadap Mobil Lexus NX350h F-Sport dan Lexus RZ450e pada Event Lexus Electrifying Experience di Citra 8**

Penulis mengikuti *event Lexus Electrifying Experience* yang diadakan di Citra 8. Seiring berjalannya *event* tersebut, jumlah *customer* yang melakukan *test drive* dan menunjukkan ketertarikan pada mobil Lexus sangat sedikit. Hal ini dapat terjadi karena sedikitnya jumlah pelanggan potensial yang mengunjungi *event* tersebut. Lexus telah mempersiapkan *test drive* mobil dengan harapan yang tinggi, namun jumlah pelanggan yang datang tidak sesuai dengan harapan.

### **3.3.7. Revisi Morning Briefing**

Setiap hari selama proses kerja magang, penulis telah mengikuti morning briefing yang hasilnya kemudian dirangkum menjadi sebuah laporan yang informatif. Penulis merangkum hasil dari morning briefing tersebut yang kemudian ditandatangani oleh supervisor dan diberikan ke perusahaan pusat untuk mendapatkan update di setiap cabang. Seringkali terdapat beberapa kata yang kurang tepat sehingga penulis perlu untuk melakukan revisi.

### **3.3.8. Ketidaksesuaian Jumlah Stock pada saat Stock Opname**

Selama menjalani proses kerja magang, penulis melakukan kegiatan *stock opname* yang dilakukan di setiap awal bulan. Kegiatan ini merupakan kegiatan penting untuk memastikan bahwa *stock gift* yang tersedia selalu tercatat dengan akurat dan sesuai dengan kebutuhan. Namun, dalam proses melakukan *stock opname* tersebut, penulis menemukan beberapa ketidaksesuaian antara jumlah *stock* yang tercatat dalam sistem dengan jumlah *stock* yang seharusnya ada, penulis mencatat bahwa ada beberapa jenis *gift* yang tidak sesuai dengan sisa *stock* yang seharusnya berdasarkan catatan sebelumnya.

### **3.3.9. Kurangnya Stock yang Tersedia untuk Delivery Gift**

Selama menjalani proses kerja magang, penulis bertanggung jawab untuk mempersiapkan *delivery gift* setiap harinya untuk para *customer*

baru. Namun, dalam menjalankan tugas ini, penulis mengalami beberapa kendala terkait ketersediaan *gift* yang ada. Beberapa *gift* yang tersedia ternyata habis, sehingga tidak dapat diberikan kepada pelanggan. Hal ini membuat ketidaknyamanan dan ketidakpuasan bagi *customer*, ketika *customer* diharapkan menerima *gift* sebagai ungkapan terima kasih atas kesetiaan mereka terhadap merek Lexus, ketidakterediaan *gift* dapat menciptakan kesan negatif dan menurunkan citra merek.

### **3.4 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Selama menjalankan aktivitas kerja magang di Lexus Pluit *Gallery* sebagai *Marketing Communication Intern* di bawah *Marketing & Customer Relation Department*, terdapat beberapa kendala yang muncul. Di setiap kendala pasti terdapat solusi yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan masalah tersebut.

#### **3.4.1. Solusi Atas Revisi *Collaterals Design***

Penulis bertanggung jawab untuk memperbaiki desain sesuai dengan arahan yang diberikan oleh *manager*. Arahan tersebut mencakup penggantian beberapa warna desain serta penghapusan beberapa list garis guna menciptakan kesan yang lebih baik, mewah, dan menarik bagi mata yang melihat. Penulis mempertimbangkan pilihan warna yang sesuai dengan citra merek dan estetika yang diinginkan. Warna-warna yang dipilih mencerminkan kesan kemewahan dan daya tarik yang ingin dikeluarkan dalam desain.

#### **3.4.2. Solusi Atas Revisi *Deck Event***

Penulis memperbaiki *deck event* sesuai dengan arahan yang diberikan oleh *manager*. Arahan tersebut mencakup beberapa hal, termasuk budgeting, layout area agar tersusun rapi, serta penambahan gambar dan desain sesuai dengan petunjuk dari manajer. Penulis melakukan perbaikan pada bagian budgeting. Ini melibatkan revisi dan pembaruan terhadap anggaran acara, termasuk perkembangan estimasi biaya yang lebih sesuai

dengan anggaran yang telah ditetapkan. Penulis juga memperbaiki layout area agar tersusun rapi. Ini melibatkan pengaturan ulang area acara sesuai dengan petunjuk dan kebutuhan yang telah ditetapkan oleh manajer. Penulis memastikan seluruh tempat disusun dengan baik, termasuk penempatan peralatan, panggung, dan meja agar memudahkan alur acara dan memaksimalkan pengalaman *customer*.

### **3.4.3. Solusi Atas Konten Tidak Sesuai dengan Referensi**

Penulis bersama tim vendor membuat konten yang sesuai dengan referensi yang dipilih sebelumnya, namun konten tidak sesuai dengan referensi. Dalam menghadapi hal ini, penulis dan tim vendor memilih untuk melakukan improvisasi dan menyesuaikan strategi untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Penulis dan tim vendor memperhatikan elemen penting dari referensi yang dipilih, seperti komposisi visual, gaya, tema, dan berusaha untuk mengimplementasikan elemen-elemen tersebut ke dalam konten, serta memperhatikan angel dan warna yang semirip mungkin dengan referensi yang telah dipilih.

### **3.4.4. Solusi Atas Kurangnya Minat terhadap Mobil Lexus pada Event *BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament***

Penulis mengikuti *event BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament* sebagai *customer relation staff*. Saat acara berlangsung, terdapat *display unit* mobil **Lexus NX 350h** yang dipamerkan di lokasi. Namun, respons terhadap mobil *display* tersebut kurang baik, dengan peserta acara lebih tertarik pada mini game yang diselenggarakan oleh Lexus. Dengan hal ini, tim dari Lexus mencari solusi untuk memperbaiki respons terhadap mobil *display* di acara serupa di masa depan. Solusi yang digunakan yaitu dengan memberikan target kepada tim *sales* untuk mengumpulkan setidaknya 10 peserta acara yang menunjukkan minat pada mobil tersebut. Dengan demikian, tim *sales* akan lebih fokus dalam mengarahkan perhatian peserta acara pada mobil *display* dan menginformasikan mereka tentang fitur dan keunggulan *unit Lexus NX 350h*.

### **3.4.5. Solusi Atas Terdapat Miskomunikasi dari Pihak Penyelenggara yang Merugikan Pihak Lexus**

Pada *event Lexus Electrifying Experience di Citra 8*, terdapat miskomunikasi dari pihak penyelenggara yang merugikan pihak Lexus. Miskomunikasi ini terjadi ketika pihak penyelenggara melakukan penanaman pohon di dekat display unit **Lexus RZ 450e** tanpa pemberitahuan sebelumnya kepada pihak Lexus. Akibatnya, tenda yang dipasang oleh Lexus terkena lecet karena aktivitas penanaman tersebut. Untuk menyelesaikan kendala ini, pihak Lexus mengambil tindakan dengan melaporkan kepada pihak penyelenggara. Namun, sayangnya, tindakan tersebut sudah terlambat dan kendala yang dihadapi telah terjadi. Kedepannya hal ini perlu diperhatikan dan dipastikan bahwa dalam acara tersebut tidak adanya kegiatan yang merugikan pihak Lexus.

### **3.4.6. Solusi Atas Kurang Minat terhadap Mobil Lexus NX 350h F-Sport dan Lexus RZ 450e pada *Event Lexus Electrifying Experience di Citra 8***

Pada *event Lexus Electrifying Experience di Citra 8*, Lexus menampilkan dua model, yaitu **Lexus NX 350h F-Sport** dan **Lexus RZ 450e**, serta menyediakan kesempatan untuk melakukan test drive. Namun, setelah melakukan analisis terhadap partisipasi dan respons dari pengunjung acara, acara tersebut tergolong sepi dengan minimnya pelanggan potensial yang datang. Salah satu solusi yang dilakukan yaitu dengan lebih cermat dalam memilih event yang akan diikuti, dengan mempertimbangkan kesesuaian target pasar dengan profil pengunjung acara tersebut. Kedepannya, Lexus dapat mengikuti acara yang lebih eksklusif dan ditujukan kepada kalangan atas, sesuai dengan profil pelanggan yang menjadi target market utama mereka. Hal ini dapat meningkatkan pelanggan potensial yang tertarik dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh Lexus.

#### **3.4.7. Solusi Atas Revisi *Morning Briefing***

Setelah melakukan morning briefing, penulis melakukan rekap dari hasil morning briefing tersebut yang kemudian diberikan kepada supervisor. Setelah diberikan supervisor, supervisor menyadari adanya beberapa hal yang perlu direvisi agar informasi yang disampaikan lebih tepat dan efektif. Setelah revisi selesai, penulis menyerahkan hasil revisi kepada supervisor, supervisor memberikan beberapa masukan dan saran terkait dengan revisi yang telah dilakukan. Setelah revisi selesai, penulis kembali memeriksa dokumen untuk memastikan bahwa semua perubahan telah diterapkan dengan baik dan tidak ada kesalahan yang terlewat. Setelah yakin bahwa revisi sudah sesuai dengan harapan, penulis akhirnya menyampaikan hasil revisi kepada supervisor untuk ditandatangani dan diberikan kepada perusahaan pusat.

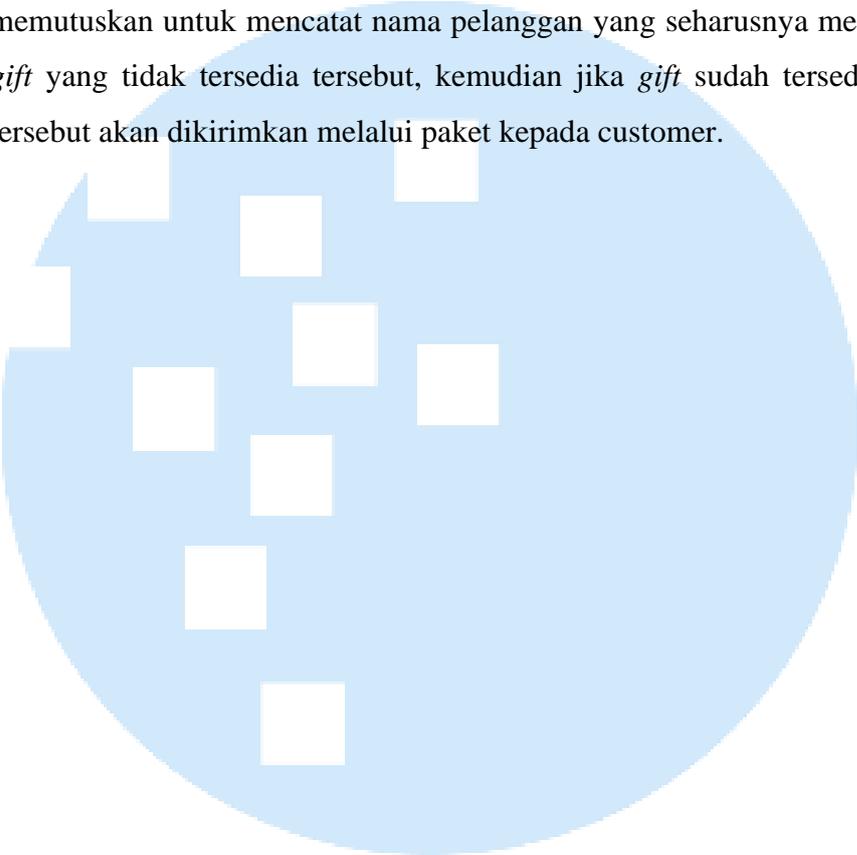
#### **3.4.8. Solusi Atas Ketidaksesuaian Jumlah *Stock* pada saat *Stock Opname***

Selama penulis melakukan *stock opname*, penulis menemukan ketidaksesuaian antara jumlah stock yang tercatat dalam sistem dengan jumlah barang yang ada di gudang. Kemudian, penulis berdiskusi dengan rekan kerja untuk mencari tahu penyebab dari ketidaksesuaian ini. Diskusi dengan rekan kerja dapat membantu dalam mengidentifikasi kemungkinan penyebab kekurangan barang tersebut. Penulis bersama rekan kerja melakukan pemeriksaan ulang lokasi penyimpanan barang dan pengecekan transaksi masuk dan keluar barang. Setelah berhasil menemukan penyebab dari ketidaksesuaian *stock*, penulis memberitahukan *manager* ketidaksesuaian ini.

#### **3.4.9. Solusi Atas Kurangnya *Stock* yang Tersedia untuk *Delivery Gift***

Penulis menyiapkan *gift* untuk *customer* sebagai ungkapan terima kasih atas pembelian mobil Lexus, penulis menemukan bahwa beberapa jenis *gift* tidak tersedia karena persediaan di gudang telah habis. Menghadapi permasalahan ini, penulis segera mencari solusi yang tepat agar pelanggan tetap merasa dilayani dengan baik. Untuk mengatasi kendala ini, penulis

memutuskan untuk mencatat nama pelanggan yang seharusnya menerima *gift* yang tidak tersedia tersebut, kemudian jika *gift* sudah tersedia, *gift* tersebut akan dikirimkan melalui paket kepada customer.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA