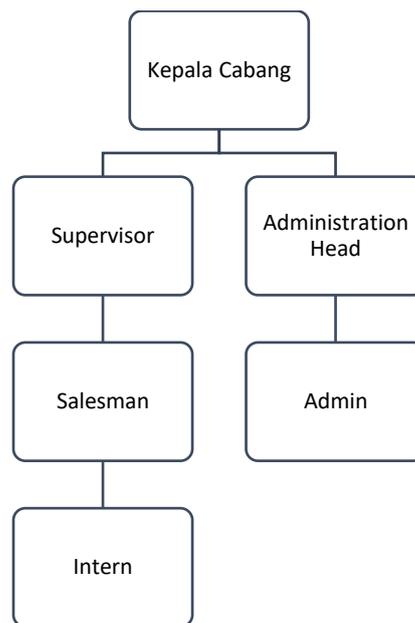


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Alur kerja posisi penulis yang sedang melakukan kegiatan kerja magang di Auto 2000 Glodok Plaza, penulis di tempatkan di divisi *sales* sebagai *sales & Digital Marketing* dibawah bimbingan Bapak Christian Djohan sebagai Supervisor di Auto 2000 Glodok. Penulis memiliki beberapa pekerjaan utama selama kegiatan magang seperti melakukan pameran, menyebarkan brosur, membuat iklan di facebook *ads*, dan membuat konten video atau brosur untuk melakukan promosi.



Gambar 3.1. 1

Sumber: Data Penulis

Penulis melakukan koordinasi praktik kerja magang di Auto 2000 Glodok Plaza dengan melakukan koordinasi secara langsung dengan *salesman* atau kepada *sales supervisor* yaitu Bapak Christian Djohan.

Selama masa magang di Auto 2000 Glodok, penulis berinteraksi dengan *salesman* dan *supervisor*, baik secara langsung atau melalui *salesman* untuk disampaikan ke *supervisor*. Setiap tugas yang diselesaikan akan dievaluasi oleh supervisor untuk menentukan apakah perlu direvisi atau tidak.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Bagian Uraian berisi penjelasan secara umum mengenai pekerjaan yang dilakukan selama proses kerja magang.

Berikut adalah tabel kegiatan yang penulis lakukan di setiap bulannya selama menjalankan praktik kerja atau magang di Auto 2000 Glodok Plaza selama waktu kerja 640 jam yang dimulai dari tanggal 17 januari 2024.

Tabel kegiatan di setiap bulannya:

Januari

<i>Week</i>	<i>Activities</i>
3	Mempelajari dan memahami materi dasar perusahaan. Penulis belajar untuk memahami aspek-aspek dasar terkait dengan operasi, sturuktur, dan prinsip di Auto 2000. Disini mencakup tentang cara kerja di dalam perusahaan Auto 2000, struktur organisasi, tujuan, nilai-nilai, kebijakan, prosedur, dan prinsip-prinsip dasar pada Auto 2000.
4	Mempelajari <i>product knowledge</i> Penulis belajar dan memahami produk-produk yang di jual oleh Auto 2000, penulis mendalami tentang fitur-fitur yang ada di kendaraan, fungsi, dan karakteristik dari suatu kendaraan tertentu. Memahami <i>product knowledge</i> secara mendalam dapat membntu penulis memungkinkan untuk menjadi ahli dalam menjual, mempromosikan, dan mendukung produk di Auto 2000 dan dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan yang lebih baik.

Tabel 3.2.1 Kegiatan aktivitas penulis di bulan Januari

Sumber: Dokumentasi penulis

Februari

<i>Week</i>	<i>Activities</i>
1	<p>Mengikuti kegiatan pameran.</p> <p>Penulis berpartisipasi dalam memamerkan produk kendaraan Toyota, kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan produk baru, membangun hubungan dengan pelanggan yang potensial. Pameran ini juga memberikan kesempatan kepada penulis untuk berinteraksi secara langsung dengan pengunjung dan dapat menjelaskan produk, menjawab pertanyaan dari pengunjung, serta memberikan pelayanan yang baik.</p>
2	<p>Menyebarkan brosur.</p> <p>Penulis menyebarkan brosur yang berisi tentang produk atau promo-promo yang sedang berlaku, menyebarkan brosur adalah salah satu strategi pemasaran yang tradisional yang masih efektif dalam menarik minat calon pelanggan.</p>
3	<p>Melakukan pengecekan kendaraan.</p> <p>Merupakan pemeriksaan menyeluruh terhadap kondisi fisik, mesin, dan komponen lainnya, tujuan utamanya adalah untuk memastikan bahwa kendaraan dalam kondisi yang aman dan memenuhi standar keselamatan yang ditetapkan sebelum digunakan oleh pelanggan.</p>
4	<p>Membuat surat penawaran untuk pelanggan.</p> <p>Surat penawaran adalah dokumen yang dibuat oleh <i>salesman</i> untuk mengajukan tawaran produk kepada pelanggan yang potensial, hal ini bertujuan untuk memperkenalkan produk, menjelaskan manfaat atau keunggulan produk, dan memberikan informasi tentang harga dan promo-promo yang berlaku.</p>

Tabel 3.2.2 Kegiatan aktivitas penulis di bulan Februari

Sumber: Dokumentasi penulis

Maret

<i>Week</i>	<i>Activities</i>
1	Mengikuti pelatihan dasar <i>salesman</i> . Pelatihan ini berlangsung selama 6 hari, dan melalui pelatihan tersebut, penulis mendapatkan pengetahuan yang lebih baik dan lebih luas luas baik secara teori maupun teknis dalam divisi <i>sales</i> . Materi yang dipelajari mencakup pengetahuan umum mengenai latar belakang perusahaan Auto 2000, teori-teori tentang cara melakukan penjualan, metode mencari prospek baru, proses administrasi, hingga menjaga hubungan dan kepercayaan konsumen untuk terciptanya <i>customer loyalty</i> .
2	Membuat presentasi perbandingan dengan produk kompotitor. Penulis diberikan tugas untuk membuat presentasi tentang perbandingan antara produk Toyota dengan Honda, lebih tepatnya yaitu Veloz dengan Expander, dan AGYA GR dengan BRIO RS.
3	Membuat akun instagram untuk membuat konten instagram <i>reels</i> , instagram <i>story</i> , instagram <i>post</i> . Penulis juga membuat Instagram pribadi tentang layanan dan promo yang sedang berlangsung di Auto 2000.
4	Membuat iklan di Facebook <i>ads</i> . Penulis juga membuat iklan di Facebook <i>ads</i> untuk <i>salesman</i> , melibatkan serangkaian langkah untuk merancang dan meluncurkan iklan yang efektif di situs Facebook dan Instagram.

Tabel 3.2.3Kegiatan aktivitas penulis di bulan Maret

Sumber: Dokumentasi penulis

April

<i>Week</i>	<i>Activities</i>
1	Mengikuti kegiatan pameran. Penulis mengikuti pameran untuk kedua kalinya yang bertempat di Lokasari Square, kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan produk baru dan membangun hubungan dengan pelanggan yang potensial.
3	Membuat situs pribadi untuk <i>salesman</i> yang dapat membantu <i>salesman</i> dalam memasarkan promo-promo yang ada dan produk yang siap untuk dijual.
4	Merapikan data administrasi dan melakukan input data faktur pajak. Penulis juga berkesempatan membantu di divisi administrasi dan melakukan pekerjaan seperti merapikan data administrasi dan melakukan <i>input</i> data faktur

	pajak yang merupakan proses penting dalam pengelolaan administrasi keuangan di Auto 2000.
--	---

Tabel 3.2.4 Kegiatan aktivitas penulis di bulan April

Sumber: Dokumentasi penulis

Mei

<i>Week</i>	<i>Activities</i>
1	Menyebarkan brosur. Penulis melakukan kegiatan menyebarkan brosur untuk kedua kalinya, penulis menyebarkan brosur yang berisi tentang produk atau promo-promo yang sedang berlaku, menyebarkan brosur adalah salah satu strategi pemasaran yang tradisional yang masih efektif dalam menarik minat calon pelanggan.
2	Merapikan situs yang sudah ada. Penulis merapikan situs yang sudah ada dan sengaja dibuat untuk membantu <i>salesman</i> di Auto 2000, penulis pun memberitahu langkah-langkah untuk mengatur gambar yang ingin ditampilkan disitus tersebut.
3	Melakukan <i>follow up</i> kepada calon pelanggan. Penulis melakukan <i>follow up</i> kepada calon pelanggan yang bertujuan untuk proses pemasaran dan penjualan dan memastikan bahwa prospek menjadi pelanggan yang sebenarnya.

Tabel 3.2.5 Kegiatan aktivitas penulis di bulan Mei

Sumber: Dokumentasi penulis

3.2.1 Implementasi Kerja

Sebelum melakukan kegiatan *sales*, setiap pagi supervisi divisi *sales* dan teman-teman *sales* akan melakukan *briefing* atau arahan-arahan dan strategi dalam melakukan penjualan. Dalam menjalani kegiatan magang atau praktik kerja, penulis selambat lambatnya hadir sebelum pukul 08.30 WIB setiap hari dari hari Senin sampai Sabtu. Pada hari Senin hingga Jumat jam kerja dimulai pukul 08.30 WIB sampai 17.00 WIB, dan di hari Sabtu jam kerja dimulai dari 08.30 WIB sampai pukul 13.45 WIB dengan fleksibel lebih besar dalam menyelesaikan pekerjaan tergantung pada keadaan, jam kerja tersebut tidak bersifat mengikat dan dapat

disesuaikan dalam situasi tertentu. Durasi kegiatan praktik kerja atau magang di Auto 2000 Glodok Plaza adalah 640 Jam waktu kerja.

Kegiatan melakukan praktik kerja atau magang di Auto 2000 Glodok Plaza dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Materi dasar perusahaan

Penulis harus terlebih dahulu memahami aspek dasar perusahaan, termasuk latar belakang perusahaan, peraturan dasar perusahaan, prosedur kerja di divisi *sales*, mengikuti pelatihan dasar sebagai *salesman* dan mempelajari *product knowledge*. Dengan mempelajari hal hal tersebut penulis dapat memulai langkah awal untuk melakukan kegiatan praktik kerja magang, memberikan dasar yang kuat untuk melaksanakan tugas-tugas yang sudah diberikan. Selain itu, penulis juga perlu memastikan bahwa setiap tindakan yang dilakukan selama magang sesuai dengan visi dan misi di Auto 2000 cabang Glodok Plaza.

2. Aktivitas Salesman

Pada saat melakukan kegiatan praktik kerja atau magang, penulis ditempatkan di divisi *sales* di Auto 2000 Glodok Plaza yang melakukan kegiatan layaknya *salesman* pada umumnya seperti mengikuti kegiatan pameran yang sering di lakukan di tempat umum seperti di Mall dan tempat yang banyak dikunjungi oleh orang-orang seperti di pusat perbelanjaan Petak 6, melakukan *canvassing* atau menyebarkan brosur dan memberikan *price list* dan promo yang ada, memberikan surat penawaran kepada calon pelanggan, melakukan *follow up* kepada calon pelanggan yang ingin membeli kendaraan di Auto 2000, dan terakhir menciptakan *customer delight* untuk memenuhi rasa senang dan puas dari pelanggan untuk menciptakan *customer loyalty* untuk menciptakan pembelian

yang berulang kepada *salesman*. Setiap kegiatan ini bertujuan untuk mencari prospek-prospek baru yang nantinya memungkinkan menjadi pelanggan baru atau melakukan pembelian ulang dan melakukan transaksi pembelian mobil di Auto 2000. Aktivitas yang dilakukan ini juga merupakan bagian dari rangkaian pekerjaan dalam menyelesaikan proses transaksi pembelian kendaraan yang sudah menjadi tanggung jawab dalam divisi *sales*.

Sebelum melakukan kegiatan, penulis bersama supervisor dan teman-teman *sales* setiap pagi melakukan *briefing* tentang materi yang akan disampaikan serta strategi-strategi penjualan di setiap harinya, karena kondisi lapangan dapat berubah sewaktu-waktu.



Gambar 3.2 1 Pelaksanaan Briefing

Sumber: Dokumentasi Penulis

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.2 2 Proses DEC atau Delivery Explain to Customer

Sumber: Dokumentasi penulis

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.2 3 Proses Follow up

Sumber: Dokumentasi Penulis

Jakarta, 29 April 2024

Kepada YTH,
 PT AJ CENTRAL ASIA RAYA
 Up. BAPAK AKTION

Perihal : Penawaran Kendaraan Toyota

Dengan hormat,

Bersama ini kami dari PT. Astra International Tbk. - TSD (Auto2000) Cabang Glodok Plaza mengajukan penawaran Kendaraan Toyota 2024 dengan perincian sebagai berikut :

Tipe Kendaraan	Harga OTR Jakarta	Warna	Promise Delivery	Vin Code
VOXY 2.0 AT	607.800.000,	GLITTER BLACK/ WHITE PEARL	APRIL-MEI	2024

*PREMIUM COLOUR + Rp. 3.000.000,-

Produk dilengkapi dengan:

- Kendaraan Toyota yang ditawarkan adalah 100% baru.
- Warranty kendaraan selama 3 tahun atau 100.000 KM.

Bonus Tambahan

- Free Jasa Service dan Spare Part (sesuai buku service) 3 tahun atau 60.000 km (mana yang tercapai lebih dahulu)
- Kaca Film Lumar Black Series
- Anti Karat Garansi 5 tahun
- Delivery Via Towing
- Car Care Kit
- Member Astra World 5 Tahun (bantuan darurat dijalan selama 5 tahun di daerah yang tersedia jaringan Bengkel Astra Group.

Ket : Harga penawaran tidak mengikat (Harga akan mengikuti pada saat unit sudah tersedia),
 Harga berlaku sampai tanggal 30 Maret 2024

Untuk pembayaran ditujukan ke rekening BCA cab. Glodok Plaza atas nama PT. Astra International Tbk. dengan No. Rekening : 082.300464.5

Demikian surat penawaran ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

PT. ASTRA INTERNATIONAL Tbk.
 DIVISI SALES
 CABANG GLODOK
 JAKARTA
 Christian Djohan
 Branch Manager

(Pesan Toyota lebih mudah)

www.auto2000.co.id

Auto 2000
 member of ASTRA
 Glodok Plaza

Gambar 3.2 4 Contoh Surat Penawaran

Sumber: Data Penulis

Gambar 3.2.4 merupakan surat penawaran yang dibuat oleh *salesman* untuk pelanggan, di Auto 2000 Glodok surat penawaran lebih cenderung digunakan *salesman* untuk menawarkan harga kepada perusahaan.

No. TSO.GLD/098/IV/2024

Kepada Yth
Bapak/ Ibu Pimpinan PT Asuransi Jiwa Centra Asia Jaya
Up. Bapak Aktion
Di tempat

Perihal : Permohonan Pembayaran Pelunasan

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan pemesanan 1 (satu) Unit kendaraan Toyota dengan data sbb :

Type : 1 (satu) New Alphard G CVT
Warna : HITAM
Tahun Pembuatan : 2024

Mohon bantuannya untuk melakukan pembayaran pelunasan sebesar Rp. 1.503.800.000,- (Satu Milyar Lima Ratus Tiga Juta Delapan Ratus Ribu Rupiah). Untuk pembayarannya dapat ditransfer ke rekening sebagai berikut :

Bank : BCA Cab. Glodok
No. rekening : 082.300.4645
Atas nama : PT. Astra International Tbk

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Jakarta, 29 April 2024
Hormat kami,

PT. ASTRA INTERNATIONAL Tbk.
TOYOTA MOTOR CORPORATION
KAWAIBO GLD003
JAKARTAB
Christiati Djohan
Branch Manager

Urusan Toyota lebih mudah!

www.astra003.co.id

AUTO 2000
member of ASTRA
Glodok Plaza

Gambar 3.2 5 Surat Permohonan Pelunasan Pemesanan Pelanggan

Sumber: Data Penulis

Gambar 3.2.5 merupakan bentuk contoh dari surat permohonan pelunasan kendaraan yang sudah dipesan oleh pelanggan, yang bertujuan untuk pembayaran segera dilunaskan untuk meneruskan proses selanjutnya pada divisi administrasi.



Gambar 3.2 6 Kegiatan pameran di Puri Indah Mall

Sumber: Dokumentasi Penulis

Pada gambar 3.2.6 penulis sedang melakukan kegiatan pameran di Puri Indah Mall bersama *salesman* yang dapat memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis dalam melaksanakan kegiatan pameran dengan baik dan benar.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.2 7 Kegiatan pameran di Lokasari Square

Sumber: Dokumentasi Penulis

Auto 2000 sering melakukan kegiatan pameran di tempat-tempat umum yang terbuka seperti di Mall dan di pusat penjualan. Strategi ini masih dipertahankan oleh perusahaan karena *salesman* banyak mendapatkan prospek-prospek yang ada dilapangan dan dapat menghasilkan SPK (Surat Pemesanan Kendaraan).

3. Aktivitas Digital Marketing

Pada pelaksanaan kegiatan magang ini penulis sebagai mahasiswa manajemen dengan peminatan *marketing* pasti menerapkan ilmu-ilmu yang sudah dipelajari di kampus untuk membatu melakukan kegiatan praktik kerja ini. Ilmu yang diterapkan di tempat praktik kerja penulis adalah *digital marketing* dengan cara membuat *instagram story* tentang konten atau promosi, membuat video *instagram reels*, dan *instagram feeds*. Tujuan dari melakukan kegiatan *digital marketing* yang utama adalah untuk mencari

pelanggan baru dan untuk memberikan informasi bagi pelanggan yang sudah pernah melakukan transaksi di Auto 2000 Glodok Plaza dengan adanya promo-promo yang baru. Disisi lain perlu adanya kesadaran dari pelanggan baru dengan kehadiran *dealer* Auto 2000 Glodok Plaza yang menyediakan kebutuhan kendaraan mobil Toyota. Dari penerapan *digital marketing* tersebut dapat dilihat keberhasilannya dengan kenaikan jangkauan akun sebanyak +941% dan *engagement* sebesar +190% periode 13 Februari 2024 sampai 12 Mei 2024 dibandingkan sebelumnya pada periode 15 November 2023 sampai 12 Februari 2024.

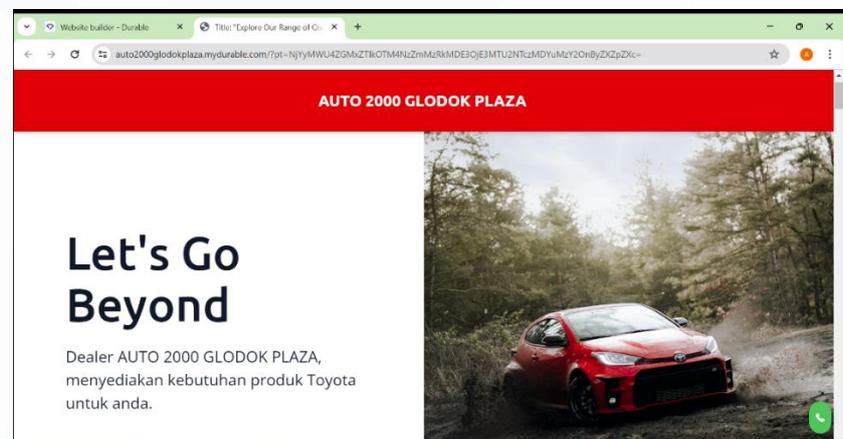


Gambar 3.2 8 Gambar review instagram

Sumber: Data Penulis

Ini adalah *preview* jumlah *insight* dan *engagement* pada instagram resmi Auto 2000 Glodok Plaza dengan nama @Auto2000glodokplaza. Disini dapat dilihat data kenaikan-kenaikan yang ada dari *overview* aktivitas yang ada di Instagram @Auto2000glodokplaza.

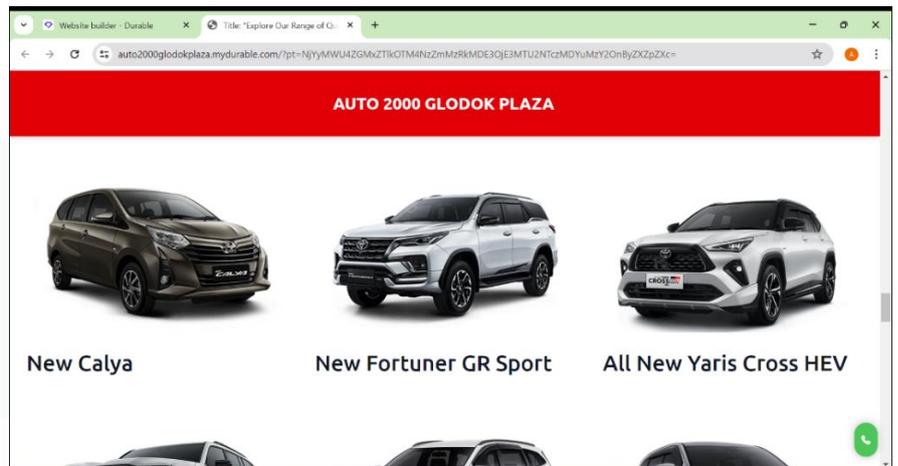
Di lain sisi penulis juga membantu beberapa *salesman* untuk membuat iklan di *META ads* dan membuat situs pribadi yang dapat berguna untuk memberikan informasi kepada pelanggan terhadap promo-promo yang sedang berlaku dan kendaraan yang ada oleh *salesman*. Situs ini juga memiliki fitur yang dapat digunakan oleh calon pelanggan yang terhubung dengan *salesman* melalui aplikasi *whats app* dengan hanya menekan *ikon* yang bergambar telepon.



Gambar 3.2 9 Gambar situs untuk salesman

Sumber: Data Penulis

Gambar 3.2.9 merupakan tampilan pada saat membuat halaman utama dari situs tersebut.

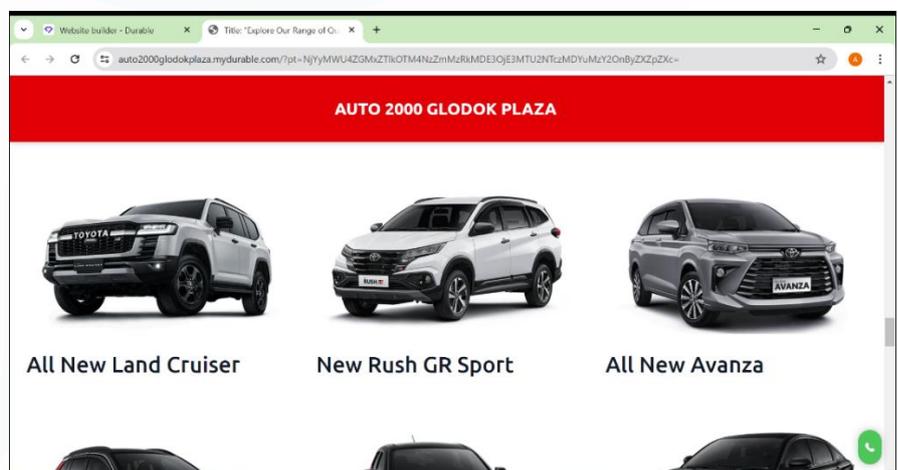


Gambar 3.2 11 Gambar situs untuk salesman

Sumber: Data Penulis

Gambar 3.2.11 merupakan gambar mobil:

- New Calya
- New Fortuner GR Sport
- All New Yaris Cross HEV

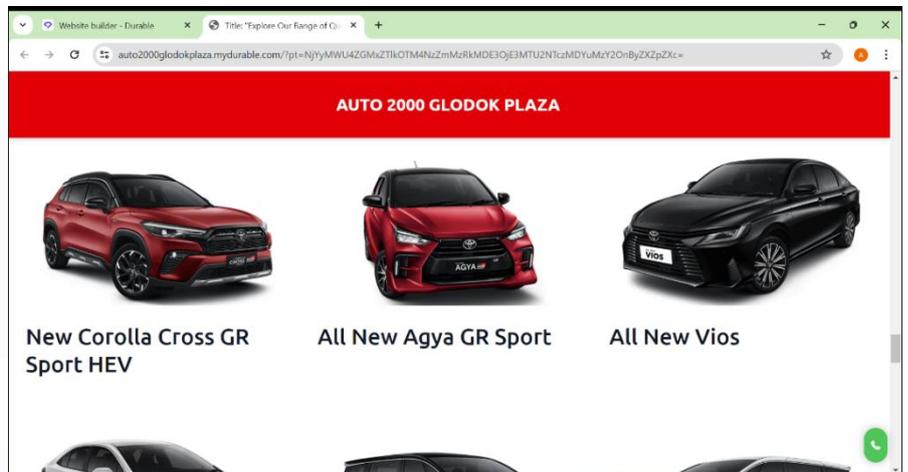


Gambar 3.2 12 Gambar situs untuk salesman

Sumber: Data Penulis

Gambar 3.2.12 merupakan gambar mobil:

- All New Land Cruiser
- New Rush GR Sport
- All New Avanza

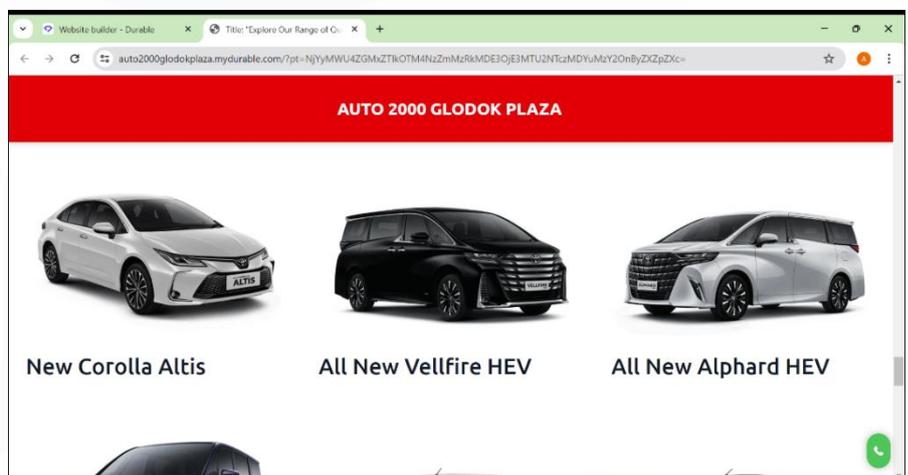


Gambar 3.2 13 Gambar situs untuk salesman

Sumber: Data Penulis

Gambar 3.2.13 merupakan gambar mobil:

- New Corolla Cross GR Sport HEV
- All New Agya GR Sport
- All New Vios

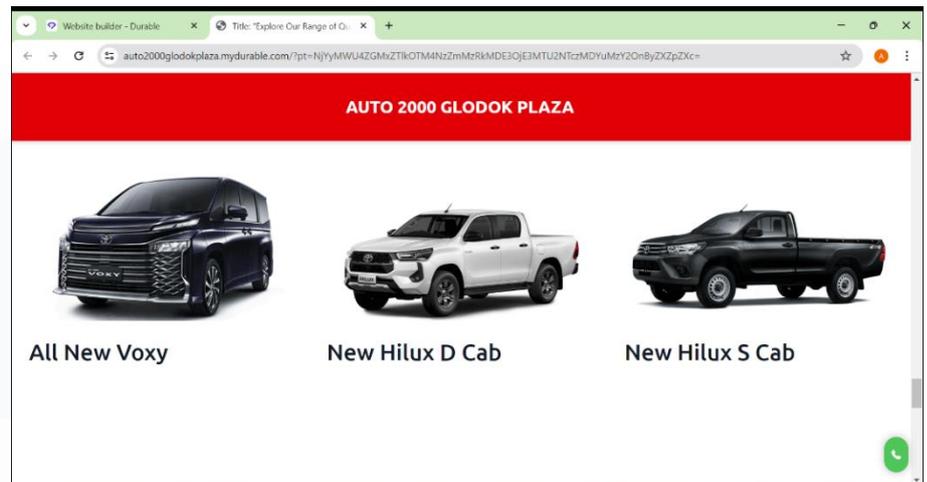


Gambar 3.2 14 Gambar situs untuk salesman

Sumber: Data Penulis

Gambar 3.2.14 merupakan gambar mobil:

- New Corolla Altis
- All New Vellfire
- All New Alphard



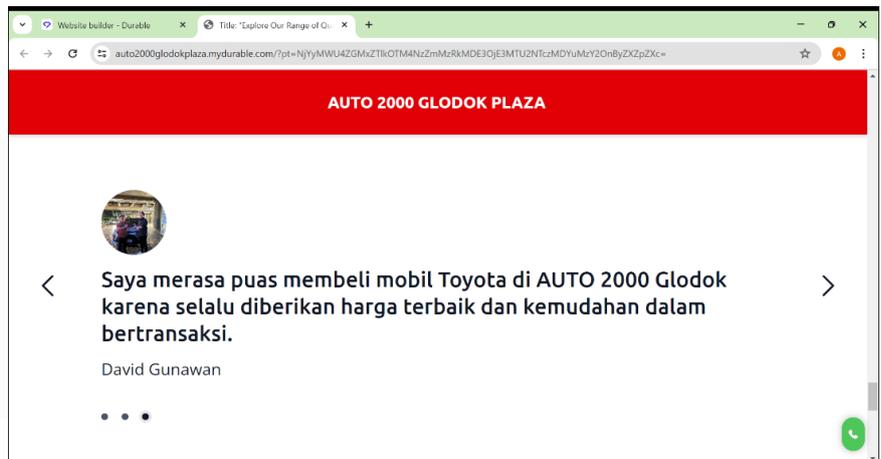
Gambar 3.2 15 Gambar situs untuk salesman

Sumber: Data Penulis

Gambar 3.2.15 merupakan gambar mobil:

- All New Voxy
- New Hilux D Cab
- New Hilux S Cab

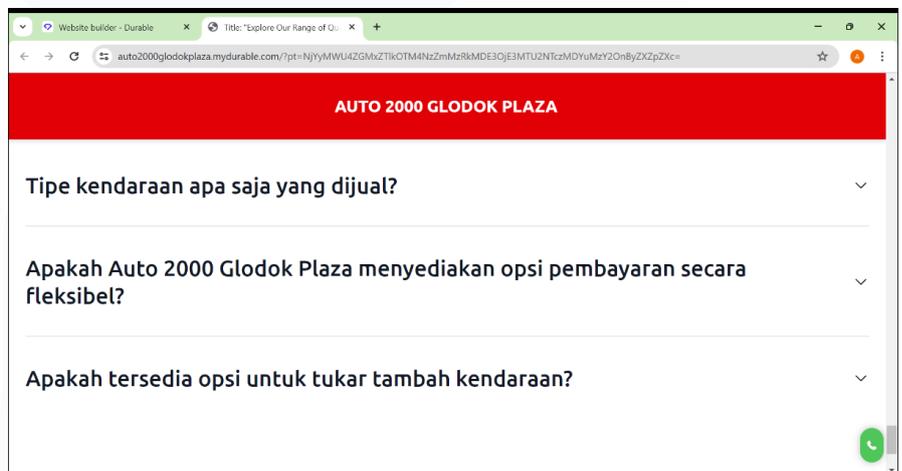
Gambar 3.2.9 sampai 3.2.15 adalah gambar produk-produk yang tersedia di Auto 2000 Glodok Plaza, hal ini dapat memudahkan pelanggan untuk mengetahui produk apa saja yang dijual, promo-promo yang sedang berlaku, serta pembarayan yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi.



Gambar 3.2 16 Gambaran review customer

Sumber: Data Penulis

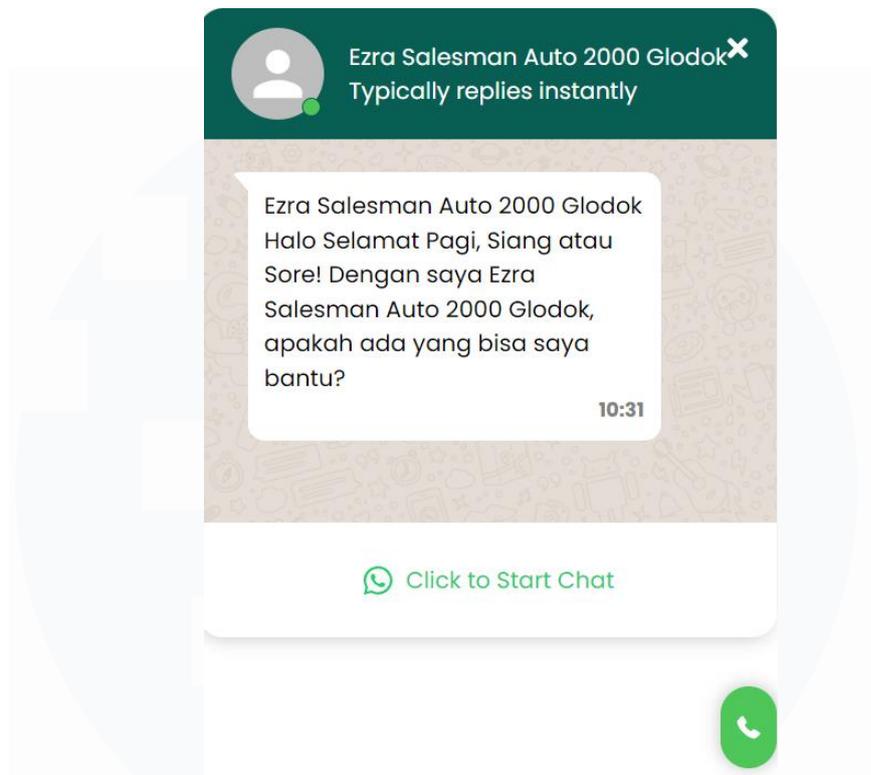
Gambar 3.2.16 menunjukkan *feedback* pelanggan kepada *salesman* yang dapat dilihat pelanggan baru untuk menguatkan dan meyakinkan pelanggan baru untuk membeli kendaraan kepada *salesman* tersebut.



Gambar 3.2 17 Gambar contoh pertanyaan yang banyak ditanyakan ke salesman

Sumber: Data Penulis

Gambar 3.2.17 merupakan bentuk-bentuk pertanyaan yang sering ditanyakan kepada *salesman* dan dengan fitur ini pelanggan baru dapat langsung mengetahui jawaban dari pertanyaan yang sudah disediakan tersebut.



Gambar 3.2 18 Gambar fitur Whats APP yang terdapat di situs

Sumber: Data Penulis

Gambar 3.2.18 merupakan fitur dimana pelanggan dapat menghubungi *salesman* untuk membantu kebutuhan pelanggan, fitur ini menghubungkan *salesman* dan pelanggan di aplikasi *whats app*.

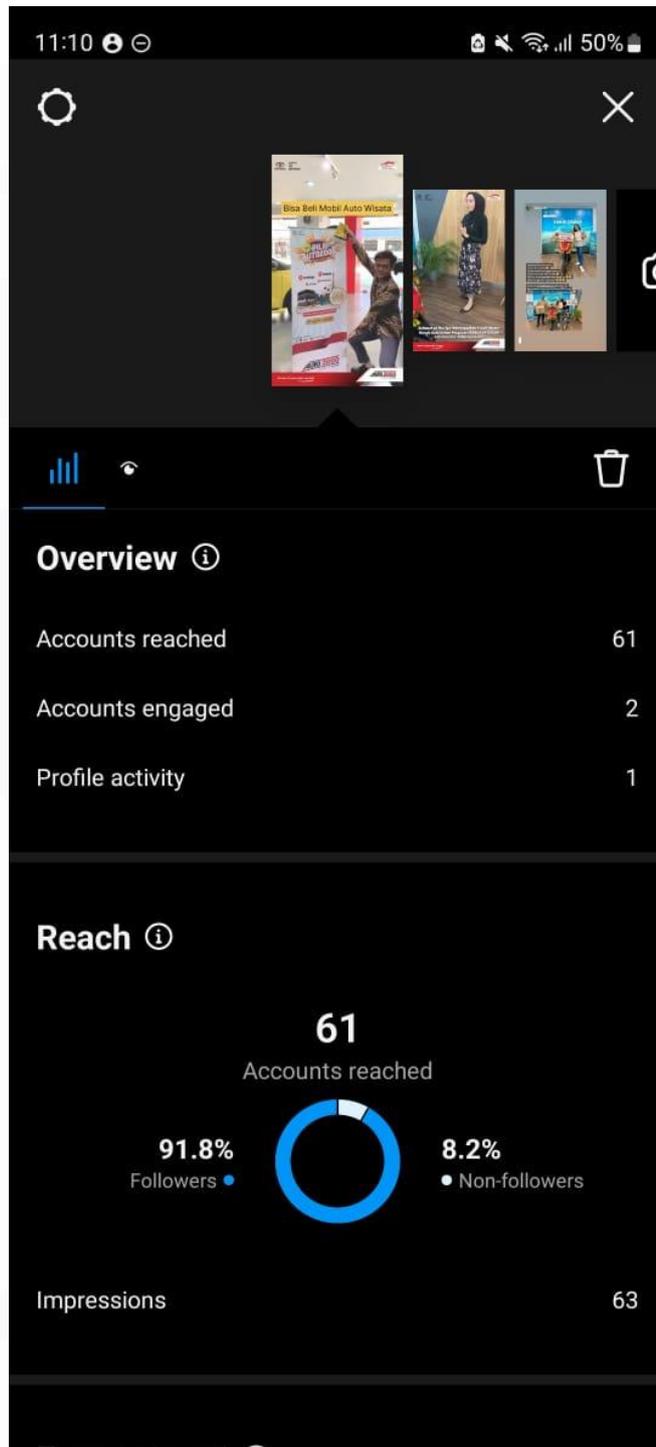


Gambar 3.2 19

Sumber: Data Penulis

Gambar tentang perbandingan antara AGYA G CVT dengan BRIO E CVT yang dapat menjadi senjata kepada *salesman* untuk mendorong keyakinan pada pelanggan yang memungkinkan untuk melakukan transaksi di Auto 2000 Glodok Plaza.

Penulis juga membuat konten untuk Instagram resmi Auto 2000 Glodok Plaza baik menjadi *talent*, pengambil video, atau di tahap pengeditan. Penulis juga berpartisipasi dalam setiap pembuatan konten di Instagram baik di Instagram *feeds*, Instagram *Story*, Instagram *Reels*.



Gambar 3.2 20 Gambaran Overview

Sumber: Data Penulis



Gambar 3.2 21 Gambaran Instagram *Story*

Sumber: Data Penulis

Konten Instagram *story* tentang pemenang undian sepeda motor Honda Beat atas pembelian yang dilakukan di Auto 2000 Glodok Plaza.

4. Aktivitas Divisi Administrasi

Selama periode kerja magang di Auto 2000 Glodok Plaza, penulis juga berkesempatan melakukan beberapa pekerjaan di divisi administrasi, dengan demikian penulis dapat memahami cara kerja dari perusahaan Auto 2000. Penulis melakukan pekerjaan seperti pengecekan data pelanggan pada lembar SPK (Surat Pemesanan Kendaraan), *input* data dan pengecekan faktur pajak, pengecekan folder administrasi hingga *input* data *recall* kendaraan bagi customer. Setiap pekerjaan dalam divisi administrasi memiliki tujuan sebagai proses lebih lanjut dari pekerjaan yang sudah dilakukan oleh *salesman*. Divisi administrasi memiliki tugas untuk menyelesaikan segera urusan administrasi di Auto 2000 yang nantinya kendaraan bisa sampai di tangan konsumen tanpa terjadi kesalahan data atau kesalahan administrasi.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan kegiatan praktik kerja atau magang penulis mengalami beberapa kendala yang mempengaruhi kinerja penulis, seperti:

- *Display* yang ada di showroom Auto 2000 Glodok Plaza sedikit, maksimal 2 unit dan hal ini dapat menyulitkan penulis untuk mengetahui tentang *product knowledge*.
- Tidak tersedianya PC untuk digunakan oleh penulis, yang menyebabkan penulis tidak memiliki PC sebagai alat kerja. Sehingga butuh Laptop pribadi untuk digunakan oleh penulis dalam melaksanakan kegiatan praktik kerja magang ini.
- Kurangnya rasa konsistensi *salesman* dalam melakukan kegiatan *digital marketing* yang mengakibatkan pemasaran melalui media *online* menjadi tidak berkelanjutan.

- Lokasi Auto 2000 Glodok Plaza kurang strategis. Hal ini membuat pelanggan baru kurang mengetahui tentang adanya *dealer* Auto 2000 Glodok Plaza.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang dapat diselesaikan dari kendala-kendala yang ada, yaitu:

- Mempelajari *product knowledge* dari cabang Auto 2000 Jayakarta yang lebih besar dari Auto 2000 Glodok Plaza dan lebih bervariasi *display* kendaraan yang ada di *show room*.
- Penulis membawa laptop pribadi dalam melakukan kegiatan praktik kerja magang selama di Auto 2000 Glodok Plaza.
- Cabang memberikan dana kepada *salesman* untuk melakukan kegiatan iklan di media *online* lebih tepatnya di META *ads*, dengan demikian akan mendorong rasa konsisten kepada *salesman* untuk melakukan pemasaran melalui media *online*.
- Memberikan petunjuk atau arahan untuk membuat calon pelanggan mengetahui tentang adanya *dealer* Auto 2000 Glodok Plaza.

