

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PADA PT MASS SARANA MOTORAMA (NV MASS)**

**AZIZAH ZUHRIANI  
8223136609**



**Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2016**

**REPORT OF FIELD WORK PRACTICE IN PT MASS  
SARANA MOTORAMA (NV MASS)**

**AZIZAH ZUHRANI  
8223136609**



**Report of Field Work Practice was written to fulfill one of the requirements to get Expert Associate Degree at the Faculty of Economics State University of Jakarta.**

**Study Program of Diploma in Marketing Management  
Department of Management  
Faculty of Economics  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2016**

## RINGKASAN EKSEKUTIF

**AZIZAH ZUHRIANI. 2015. 8223136609. Laporan Praktik Kerja Lapangan pada PT Mass Sarana Motorama.** Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Laporan Praktik Kerja Lapangan di Divisi Pemasaran PT Mass Sarana Motorama sebagai Marketing and Sales Support berlangsung selama dua bulan yaitu pada tanggal 1 Juni sampai 14 Agustus 2015. Tujuan diadakan praktik kerja lapangan ini, agar praktikan dapat mengetahui strategi pemasaran di PT Mass Sarana Motorama. PT Mass Sarana Motorama adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan dan service kendaraan Mercedes-Benz. Tugas yang praktikan kerjakan adalah mengumpulkan data Prospect Customer Analysis dan menginput data customer pada pameran Ramadhan Sales Campaign. Dengan adanya pengalaman kerja ini praktikan memperoleh keterampilan dan menambah ilmu pengetahuan. Selain itu, untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar ahli madya yang diwajibkan bagi setiap mahasiswa pada program studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Setelah selesai melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, praktikan dapat mengambil beberapa kesimpulan dari berbagai tugas yang praktikan kerjakan antara lain, praktikan telah memahami cara mengumpulkan data Prospect Customer Analysis dan bagaimana melakukan penginputan data customer Ramadhan Sales Campaign serta praktikan bisa mengetahui tentang bagaimana sistem pemasaran yang dilakukan pada PT Mass Sarana Motorama khususnya di divisi Marketing and Sales Support.

Kata Kunci : *Prospect Customer Analysis*, Penginputan data *customer*

## **EXECUTIVE SUMMARY**

**AZIZAH ZUHRIANI. 2015. 8223136609. Report of Field Work Practice in PT Mass Sarana Motorama. Study program Diploma in Marketing Management. Department of Management. Faculty of Economics. Jakarta State University.**

*Field Work Practice report is based on the experience of the practitioner for 2 months on 1 June to 14 August 2015 in the marketing division of PT Mass Sarana Motorama as the Marketing and Sales Support. The goal of this field of work practices are held, so that the learners can describe the work in the field of marketing. This is a company engaged in the selling and services of Mercedes-Benz vehicle. The field work done practitioner include collecting the data Prospect Customer Analysis and inputting customer data in Ramadan exhibition Sales Campaign. With the experience gained working students are expected to acquire skills and broaden knowledge. In addition, to meet one of the requirements to earn an associate's degree that required expert for each student in the course Diploma in Marketing Management Faculty Economics, State University of Jakarta.*

*Once completed the Field Work Practice, the practitioner can take some of the conclusions of the various tasks that the practitioner working among others, the practitioner has to understand the procedures of collect data Prospect Customer Analysis and how to input Ramadhan exhibition Sales Campaign, as well as the practitioner can find out about how the marketing system conducted at PT Mass Sarana Motorama, especially in the division of Marketing and Sales Support.*

*Keywords : Prospect Customer Analysis, Inputting customer data*

## LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan  
Pada PT MASS SARANA MOTORAMA

Nama Praktikan : Azizah Zuhriani

Nomor Registrasi : 8223136609

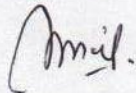
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Jurusan : Manajemen

Setuju Untuk Ujian:

Menyetujui,

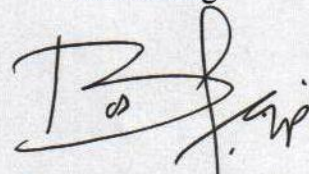
Ketua Program Studi,



Dra. Umi Mardiyati, M.Si

NIP. 195702211985302002

Pembimbing

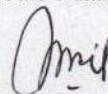


Dra. Basrah Saidani, M.Si

NIP. 196301191992032001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



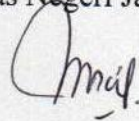
Dra. Umi Mardiyati, M.Si

NIP.195702211985302002

Seminar Pada Tanggal 30 Desember 2015

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN

Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta



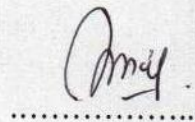
Dra. Umi Mardiyati, M.Si  
NIP. 195702211985202002

Nama  
Ketua Penguji

Tanda tangan

Tanggal

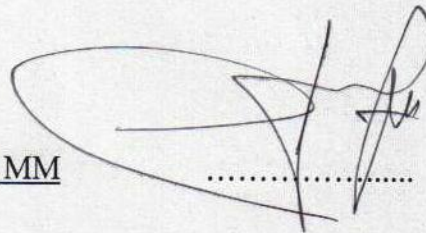
Dra. Umi Mardiyati, M.Si  
NIP. 195702211985302002



18 Juli 2016

Penguji Ahli

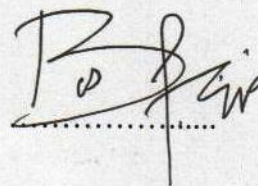
Agung Kresnamurti Rivai P, MM  
NIP. 197404162006041001



6 Juni 2016

Dosen Pembimbing

Dra. Basrah Saidani, M.Si  
NIP. 196301191992032001



14 Juli 2016

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas Rahmat dan Hidayah-Nya praktikan dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini. Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Mass Sarana Motorama (NV. MASS) yang menjual mobil Mercedes Benz. Tempat PKL berada di jalan Jendral Sudirman kav. 8, Jakarta Pusat. Praktikan melakukan PKL di perusahaan tersebut selama 2 bulan di divisi *Sales and Marketing Support*.

Praktikan menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi praktikan untuk menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini. Oleh karena itu, praktikan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Basrah Saidani M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Laporan Praktik Kerja Lapangan yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan praktikan dalam penyusunan laporan ini.
2. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Umi Mardiyati M.Si. Selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Andhiani M Salib SH, selaku *Human Resources and General Affair Manager*, yang telah memberikan kesempatan kepada praktikan untuk dapat melaksanakan praktik kerja lapangan di PT Mass Sarana Motorama.
5. Bapak Haryadi, selaku *Sales Manager*, PT Mass Sarana Motorama.

6. Ibu Dedah Kurniasih, selaku Pembimbing Praktikan selama menjalankan PKL di PT Mass Sarana Motorama.
7. Para Staff *Sales and Marketing Support* PT Mass Sarana Motorama, yang telah membantu Praktikan dalam melaksanakan praktik kerja lapangan.
8. Bapak Ahmad Fauzi dan Ibu Budiarti, selaku orang tua Praktikan yang senantiasa memberikan doa dan dukungan dalam bentuk apapun baik moral maupun material bagi Praktikan.

Jakarta, 19 Juli 2016

**Praktikan**



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR EKSEKUTIF</b> .....	i
<b>EXECUTIVE SUMMARY</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang PKL .....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL .....	3
C. Kegunaan PKL .....	4
D. Tempat PKL .....	5
E. Jadwal Waktu PKL .....	6
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL</b>	
A. Sejarah Perusahaan .....	9
B. Struktur Organisasi .....	14
C. Kegiatan Umum Perusahaan .....	31

### **BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

A. Bidang Kerja.....	44
B. Pelaksanaan Kerja.....	45
C. Kendala Yang Dihadapi.....	52
D. Cara Mengatasi Kendala.....	53

### **BAB IV KESIMPULAN**

A. Kesimpulan.....	56
B. Saran .....	57

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1 Produk.....	32
Tabel II.2 Price List.....	33
Tabel II.3 Dealer & Showroom.....	36

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 <i>Organization Structure</i> .....	16
Gambar II.2 <i>Sales and Marketing Department</i> .....	20
Gambar II.3 Buku Panduan.....	24
Gambar II.4 Kartu ISP.....	24
Gambar II.5 <i>Finance Accounting Department</i> .....	28
Gambar II.6 <i>HR &amp; GA Department</i> .....	31
Gambar II.7 Aktivitas promosi di Pondok Indah Mall.....	39
Gambar II.8 Pelaksanaan <i>event</i> di Pondok Indah Mall.....	39
Gambar II.9 <i>Display Mercedes-benz</i> di Mall Kelapa Gading.....	40
Gambar II.10 Area tempat pameran Mercedes-Benz.....	41
Gambar II.11 Unit mobil Mercedes-Benz.....	41
Gambar II.12 Aktivitas promosi di Mall Kelapa Gading.....	42
Gambar III.1 Alur Pengerjaan Rekap Data <i>Customer Prospect</i> .....	47
Gambar III.2 Alur Penginputan Data <i>Ramadhan Sales Campaign</i> .....	48
Gambar III.3 Alur Pengecekan Data <i>invoice customer</i> .....	49
Gambar III.4 Alur Pengerjaan Mem- <i>file</i> data <i>invoice customer</i> .....	50

Gambar III.5 Alur Pekerjaan Membuat Tabel Perhitungan Insentif Sales kedalam Microsoft Excel.....	51
Gambar III.6 Alur Pekerjaan Menginput Data <i>Invoice Customer</i> yang melakukan <i>Service</i> kedalam Sistem <i>Database</i> .....	52

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Daftar Kegiatan PKL di NV MASS (3 lembar)

Lampiran 2: Surat Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan (1 lembar)

Lampiran 3: Surat Jawaban Praktek Kerja Lapangan (1 lembar)

Lampiran 4: Tabel Price List (1 lembar)

Lampiran 5: Penilaian Praktik Kerja Lapangan (1 lembar)

Lampiran 6: Daftar Hadir Praktek Kerja Lapangan (4 Lembar)

Lampiran 7: Service Parts Requisition (1 lembar)

Lampiran 8: Workshop Report (1 lembar)

Lampiran 9: Final Quality Control Report (1 lembar)

Lampiran 10: Kartu Konsultasi Bimbingan Penulisan PKL (1 lembar)

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang PKL**

Di zaman sekarang ini pendidikan tinggi menjadi modal yang utama mendapatkan pekerjaan dan jabatan terbaik di perusahaan. Setiap manusia berhak mendapatkan pendidikan yang layak. Pendidikan merupakan hal penting artinya tanpa pendidikan manusia tidak bisa berkembang dan memperoleh kehidupan yang lebih baik.

Saat ini, tidak hanya pendidikan yang menjadi faktor utama tetapi kemampuan setiap manusia untuk bisa menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi. Manusia yang tidak memiliki pendidikan serta kemampuan teknologi yang baik maka akan tersisih dari persaingan global saat ini. Ketatnya persaingan di dunia kerja saat ini membuat banyak perguruan tinggi melakukan antisipasi terhadap perkembangan tersebut. Oleh karena itu, perguruan tinggi menerapkan Praktik Kerja Lapangan (PKL) kepada mahasiswa.

Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah mata kuliah wajib di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (FE UNJ) yang bertujuan untuk membekali mahasiswa dalam mengenal, mengetahui, memahami aplikasi dan keterkaitan ilmu dalam bidang ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan dunia kerja. Setiap mahasiswa FE UNJ, khususnya program

studi D-III Manajemen Pemasaran, Jurusan Manajemen, diwajibkan untuk mengikuti program ini untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat gelar ahli madya (Amd).

Pelaksanaan PKL dilakukan selama 2 bulan, praktikan melaksanakan PKL di PT. Mass Sarana Motorama (NV.MASS). Alasan mengapa praktikan memilih perusahaan tersebut sebagai tempat PKL, dikarenakan PT. Mass Sarana Motorama (NV.MASS) adalah perusahaan yang bergerak di bidang otomotif sekaligus menjadi salah satu perusahaan yang menjadi dealer dari kendaraan Mercedes-Benz. PT. Mass Sarana Motorama (NV.MASS) melaksanakan kegiatan mulai dari penjualan unit mobil, pelayanan purna jual, pelayanan service kendaraan, dan penyediaan sparepart asli Mercedes-Benz. PT. Mass Sarana Motorama (NV.MASS) juga bekerjasama dengan PT. Mercedes-Benz Indonesia (MBIna) dalam hal untuk mendapatkan sejumlah unit Mercedes-Benz keluaran terbaru.<sup>1</sup>

Praktikan merasa sangat beruntung saat bisa melaksanakan PKL di PT. Mass Sarana Motorama (NV.MASS) karena praktikan ditempatkan pada divisi *Marketing and Sales support*.<sup>2</sup> Bidang kerja ini dirasa sangat sesuai dengan jurusan yang praktikan jalani selama masa kuliah.

Dengan mengikuti program PKL, mahasiswa diharapkan dapat mensinergikan pengetahuan akademik dengan lingkungan kerja. Selain itu jika mahasiswa memiliki penilaian kinerja yang baik dari perusahaan/instansi tempat pelaksanaan PKL, maka bukan hal yang

---

<sup>1</sup> Koran Kompas, Jumat, 14 Agustus 2015

<sup>2</sup> Pedoman Orientasi Karyawan 2015



mustahil mahasiswa tersebut memiliki kesempatan untuk bergabung dengan perusahaan tempatnya bekerja setelah lulus. Pelaksanaan PKL dilakukan selama 2 bulan.

Untuk dapat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) mahasiswa harus memenuhi 4 (empat) semester dan telah lulus kurang lebih 60 (enam puluh) sks. Selanjutnya sebagai konsekuensi dari pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan mahasiswa wajib membuat sebuah karya ilmiah dalam bentuk laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

## **B. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL)**

Dalam melaksanakan praktik kerja lapangan ini terdapat maksud dan tujuan dalam pelaksanaannya. Maksud diadakannya Praktik Kerja Lapangan adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan pengetahuan dan pengalaman sebelum memasuki dunia kerja.
2. Mempelajari strategi pemasaran dengan melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT. Mass Sarana Motorama (NV. Mass).
3. Mengetahui aktivitas pekerjaan di divisi *Marketing & Sales Support* PT Mass Sarana Motorama (NV. Mass).

Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah sebagai berikut:

1. Menambah pengetahuan dan pengalaman dunia kerja yang sesungguhnya.

2. Mengetahui tugas dari pekerjaan pemasaran di PT. Mass Sarana Motorama khususnya pada bidang *Marketing & Sales Support*.
3. Memberi kesempatan mahasiswa untuk berkontribusi dalam menangani masalah yang terjadi di PT. Mass Sarana Motorama khususnya pada bidang *Marketing & Sales Support*.

### **C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan**

Selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan diharapkan praktikan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan, antara lain:

#### **1. Bagi Praktikan**

- a. Memperdalam dan meningkatkan keterampilan dan kreativitas diri dalam lingkungan yang sesuai dengan disiplin ilmu yang dimiliki.
- b. Memahami dan mengenal dinamika dunia kerja pada unit kerja, baik lingkungan pemerintah maupun perusahaan.
- c. Mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja yang sesungguhnya setelah mendapatkan gelar ahli madya.
- d. Memaksimalkan dan melatih keterampilan mahasiswa sesuai dengan ilmu pengetahuan yang telah didapat di bangku perkuliahan.

## 2. Bagi Perusahaan

- a. Praktikan membantu mempercepat kegiatan perusahaan/instansi tempat praktikan melaksanakan PKL.
- b. Sebagai sarana kerja sama yang saling menguntungkan dan bermanfaat antara perusahaan dengan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
- c. Perusahaan dapat memperoleh kesempatan untuk merekrut praktikan sebagai karyawan bila kualifikasinya memenuhi standar

## 3. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

- a. Mengetahui sejauh mana peran tenaga pengajar dalam memberikan materi perkuliahan mahasiswa sesuai dengan perkembangan yang terjadi di dunia kerja.
- b. Sebagai bahan evaluasi kurikulum yang telah diterapkan, serta menemukan penyesuaiannya dengan kebutuhan tenaga kerja yang kompeten dalam bidangnya.

### D. Tempat PKL

Nama : PT Mass Sarana Motorama (NV. Mass)

Alamat kantor : Jalan Jendral Sudirman 8 Jakarta Pusat<sup>3</sup>

Divisi Marketing

Telepon : 021 5733193-5, 5704557, 5720647

Fax : 021-5736948

---

<sup>3</sup> [http://www.nvmass.com/abt\\_location.shtml](http://www.nvmass.com/abt_location.shtml) (diakses tanggal 22 April 2016 pukul 11.43 WIB)

PT Mass Sarana Motorama (NV. Mass) dipilih oleh praktikan sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan dikarenakan praktikan ingin mengetahui strategi pemasaran yang ada di perusahaan dagang tersebut, seperti penjualan dan pendistribusian Mercedes-Benz ke seluruh wilayah di Indonesia.

#### **E. Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan**

Praktik Kerja Lapangan ini dilaksanakan selama 2 bulan terhitung mulai tanggal 01 Juni 2015 sampai dengan 14 Agustus 2015. Adapun waktu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan sesuai dengan jam kerja di PT Mass Sarana Motorama adalah sebagai berikut:

Hari : Senin – Jumat

Jam Kerja : 08:00 WIB – 16:00 WIB

Dan jam kerja pada bulan Ramadhan, yaitu:

Hari : Senin – Jumat

Jam Kerja : 08:00 WIB – 15:30 WIB

Sebelum melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT Mass Sarana Motorama, ada beberapa tahapan yang harus dilaksanakan terlebih dahulu, yaitu:

1. Tahap Awal (persiapan)

Tahap yang pertama dilakukan dalam persiapan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan adalah praktikan meminta surat permohonan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan dari Fakultas, kemudian surat permohonan tersebut diberikan kepada Ketua Jurusan atau Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran untuk disetujui dan ditandatangani. Setelah itu surat tersebut diproses di Kantor Biro Administrasi Akademik Kemahasiswaan (BAAK). Surat permohonan izin Praktik Kerja Lapangan yang telah selesai diproses kemudian disampaikan kepada perusahaan tujuan tempat praktikan melaksanakan PKL terhitung dari tanggal hingga 30 Maret 2015 akhirnya dikonfirmasi oleh pihak perusahaan pada tanggal 14 April 2015.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan selama 2 (dua) bulan terhitung mulai tanggal 1 Juni 2015 sampai 14 Agustus 2015 dengan waktu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan sesuai dengan jam kerja di PT Mass Sarana Motorama.

3. Tahap Pelaporan

Setelah 2 (dua) bulan kegiatan Praktik Kerja Lapangan yang dilaksanakan oleh praktikan, maka praktikan wajib membuat

sebuah karya ilmiah berupa laporan kegiatan Praktek Kerja Lapangan.

## BAB II

### TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

#### A. Sejarah Perusahaan

Sejarah terbentuknya PT Mass Sarana Motorama (NV.MASS) bermula pada tanggal 12 Februari 1951. NV.MASS berasal dari kata “*Motor Automotive Sales dan Service*”. Di hadapan Notaris R. Kardiman oleh Gustaf Siagian, Hoesein Reksodirdjo, Joseph Gregory Pesik, Naamin Gelar Soetan Moedo, dan Tan A Koen.<sup>4</sup>

Sejak tahun 1974 PT Mass Sarana Motorama ditunjuk resmi menjadi dealer resmi *Sales & Service* untuk kendaraan-kendaraan dan produk Mercedes-Benz (*Passenger Cars, Cross Country Vehicle, Truck, Buses, Unimogs and Industrial Engines*) oleh ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merk) dahulu adalah PT Star Motor Indonesia, PT Daimler Crysler Indonesia dan saat ini berganti nama menjadi PT Mercedes-Benz Indonesia.<sup>5</sup>

Pada tanggal 3 November 1976 diresmikan pemakaian gedung dan bengkel baru di Jalan Jend. Sudirman Kav. VIII Jakarta Pusat oleh Bapak

---

<sup>4</sup> <https://www.google.co.id/#q=sejarah+pt+mass+sarana+motorama> (diakses tanggal 22 April 2016 pukul 11.56 WIB)

<sup>5</sup> <https://www.google.co.id/#q=sejarah+pt+mass+sarana+motorama> (diakses tanggal 22 April 2016 pukul 11.59 WIB)

Letnan Jendral Ali Sadikin yang pada saat itu menjabat sebagai Gubernur Kepala Daerah Khusus Ibukota Jakarta (KDKI Jakarta).<sup>6</sup>

Perubahan Nama NV Mass menjadi PT Mass Sarana Motorama pada tanggal 28 Maret tahun 2000 dihadapan Notaris Nadira, SH No. 38 dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Keputusan Nomor 15114 HT01,04, Th. 2001 tertanggal 26 Oktober 2001. Sejak didirikan NV Mass bergerak dibidang usaha *Automotive* dan pernah menjadi agen tunggal untuk beberapa merk mobil seperti, *International Harvester (IH)*, *Boogward*, *Robur*, dan *Volks Wagen (VW)*.<sup>7</sup>

Sejak ditunjuk menjadi dealer resmi Mercedes-Benz, secara aktif melakukan kegiatan penjualan untuk semua *range* produk Mercedes-Benz (kendaraan penumpang sedan dan komersial), baik untuk penjualan retail perorangan maupun pembelian dalam jumlah besar untuk fleet, Perusahaan Nasional, PMA, Kedutaaan Negara Asing dan Bank, antara lain sebagai berikut<sup>8</sup>:

1. PO Safari Eka Kapti (Bule Star) : Operator Bus dengan armada 600 unit.
2. PO. Nusantara : Operator Bus dengan armada 500 unit
3. Bank Bukopin : Kendaraan operasional
4. PT Danareksa : Kendaraan operasional

---

<sup>6</sup> <https://www.google.co.id/#q=sejarah+pt+mass+sarana+motorama> (diakses tanggal 22 April 2016 pukul 12.03 WIB)

<sup>7</sup> Profil Perusahaan PT Mass Sarana Motorama, Pedoman Orientasi Karyawan p. 4

<sup>8</sup> Profil Perusahaan PT Mass Sarana Motorama, Pedoman Orientasi Karyawan p. 4



5. PT Semen Padang : Kendaraan operasional
6. Ernst and Young : Kendaraan operasional
7. ITOCHU Corp. : Kendaraan operasional
8. Mitsubishi Heavy Industries : Kendaraan operasional dan ratusan perusahaan serta perorangan yang lain.

Selain itu, PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) juga aktif melakukan kegiatan purna jual seperti menjual spare-parts original Mercedes-Benz dengan kualitas terjamin dari berbagai jenis tipe kendaraan dan bergaransi, hal tersebut disediakan untuk menunjang kenyamanan dan kepuasan para pelanggan. Kemudian PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) memberikan paket *service* gratis yaitu *Warranty* dan ISP (*Intregated Service Package*) untuk 3 tahun dengan tanpa batasan kilometer, termasuk *spare parts* dan juga tenaga instalasi yang disediakan untuk membantu pelanggan dalam menangani mobilnya serta untuk kenyamanan dan kepuasan para pelanggan.

### 1. Visi Dan Misi PT. Mass Sarana Motorama (NV. Mass)<sup>9</sup>

Visi NV. Mass : *Excellent service is our commitment*

Misi NV. Mass : Pelayanan dengan mutu yang prima untuk  
mencapai kepuasan pelanggan dengan perbaikan  
secara terus menerus

---

<sup>9</sup> <https://www.google.co.id/#q=visi+dan+misi+nv+mass> (diakses tanggal 22 April 2016 pukul 12.09 WIB)

## 2. Penghargaan

Berikut ini penghargaan yang pernah diterima oleh PT Mass Sarana Motorama (NV. Mass):

1. Certificate of The Mercedes-Benz Service Excellence 2005
2. Certificate Mercedes-Benz Car The Best Performance in After-Sales 2013

## 3. Distribusi PT Mass Sarana Motorama

PT. Mass Sarana Motorama (NV Mass) melakukan pendataan dan cara pemesanan kendaraan ke Dealer Pusat Mercedes-Benz Indonesia (MBIna) dengan cara *online* atau *paperless* (tanpa dokumen) dan dapat memonitoring atas kendaraan-kendaraan yang masih ada di MBIna langsung dari komputer yang sedang *online*. Berikut ini sistem yang digunakan PT Mass Sarana Motorama dalam pendistribusiannya:

1. *Customer Ordering Management System* disebut **COMSYS** yang digunakan perusahaan untuk membeli unit kendaraan ke Mercedes-Benz Indonesia melalui *online* dengan menggunakan sistem Comsys ini. Data tersebut akan tercatat namanya di MBIna dan NV Mass yang memiliki 2 orang *user Comsys*. Comsys adalah sistem rahasia yang dimiliki perusahaan, maka praktikan tidak bisa menjelaskan secara spesifik sistem tersebut.
2. *Recording* atau pencatatan dari aktivitas penjualan dicatat dalam sistem yang juga *online* dengan MBIna, yaitu dengan

ssstem **DMS** (*Dealer Management System*). User dari DMS di NV Mass ada 1 orang dan tercatat pada kantor MBIna. Data yang terdapat dalam DMS berisi *database customer* yang terdiri dari *history customer*, pembelian *spare part*, *service kendaraan*, dan *body repair kendaraan* yang dilakukan *customer*. Semua data tersebut bersifat rahasia.

Setelah itu, perusahaan menjual kembali mobil tersebut kepada pelanggan dengan menaruh produknya di *dealer*. Alur distribusi yang dilakukan tidak bisa praktikan gambarkan secara rinci karena hal itu bersifat rahasia bagi perusahaan.

#### **4. Region Coordination**

Untuk mempermudah *customer* dalam membeli produk Mercedes-Benz telah tersedia *dealer-dealer* lain yang menjual mobil tersebut. Selain PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) ada beberapa perusahaan lain yang menjadi *dealer* Mercedes-Benz yang tersebar di 6 wilayah di Indonesia meliputi Jakarta, Jawa, Bali, Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi. Antara NV Mass dengan dealer-dealer lain tidak saling berhubungan karena mereka adalah *competitor* bagi perusahaan. Dealer tersebut mewakili setiap wilayah yang akan memudahkan pelanggan jika ingin membeli maupun melakukan perbaikan pada kendaraannya. Pelanggan dapat juga langsung datang ke *showroom* dan bengkel resmi Mercedes-Benz.

## 5. Man Power

Menurut data HRD per Mei 2015, karyawan PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) berjumlah 500 orang. Karyawan PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) meliputi *salesman*, *counter sales*, *sales supervisor*, mekanik, kepala regu, *workshop supervisor*, kepala bengkel, *foreman*, *warranty staff*, staf administrasi, *maintenance*, dan *security*. Jumlah karyawan tersebut akan terus bertambah seiring dengan perkembangan zaman serta kebutuhan akan tenaga kerja.

Hingga saat ini, PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) memiliki pekerja tetap dan outsourcing (pekerja kontrak) yang terdiri dari:

- 150 pekerja tetap
- 350 pekerja dengan sistem kontrak (mekanik, *foreman*, *maintenance*, dan *security*)

## B. Struktur Organisasi Perusahaan

Sesuai dengan Pernyataan keputusan rapat PT Mass Sarana Motorama yang dituangkan dalam Akta Notaris Nomor 66 tertanggal 28 September 2005, oleh Notaris B.R.AY. Mahyastoeti Notonagoro, SH. Berikut ini daftar Direktur dan Komisaris dari PT Mass Sarana Motorama (NV Mass)<sup>10</sup>:

1. Direktur Utama Ny. Handara Joeliardi Sutowo
2. Direktur Utama Bpk. Dolly Indra Nasution

---

<sup>10</sup> Profil Perusahaan PT Mass Sarana Motorama, Pedoman Orientasi Karyawan 2015 p. 5

3. Direktur Utama Ny. Tara Amalia Diandra
4. Komisaris Utama Ny. Hj. Zaleha Ibnu Sutowo
5. Komisaris Ny. Dr. Sri Hartati Sutowo
6. Komisaris Ny. Ir. Nuraini Zaitun Kamarukmi

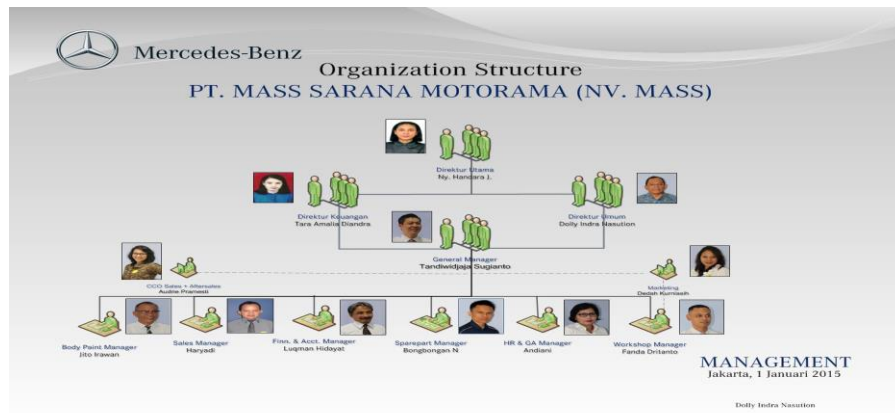
Dibawah ini Daftar General Manager PT Mass Sarana Motorama (NV Mass)<sup>11</sup>:

1. Rusdhy Jatim Tahun 1973 s/d Tahun 1976.
2. Dolly Indra Nasution MBA Tahun 1976 s/d Tahun 1984.
3. Dipl. Ing. Djokoleksono Sugiarto Tahun 1984 s/d Tahun 1986.
4. Ronald HR Bojoh Tahun 1986 s/d Tahun 1989.
5. Winarto Brotokisworo Tahun 1989 s/d Tahun 1991.
6. Ir. Ronnie Suryanto Tahun 1992 s/d Tahun 1996.
7. R. Agus Supriyadi Tahun 1997 s/d Tahun 2000.
8. S. Maryanto Tahun 2001 s/d Tahun 2010.
9. Anton Djajaputra Tahun 2010 s/d Tahun 2010.
10. Arfan Hermawan Tahun 2011 s/d Tahun 2011.
11. Acting GM Dolly Indra Nasution Tahun 2012 s/d Tahun 2012.
12. Tandiwidjaja Sugiharto Tahun 2013 s/d Sekarang.

---

<sup>11</sup> Profil Perusahaan PT Mass Sarana Motorama, Pedoman Orientasi Karyawan 2015 p. 6

Berikut ini Struktur Organisasi PT Mass Sarana Motorama (NV Mass



Gambar II.1

### Struktur Organisasi PT Mass Sarana Motorama

Sumber : PT Mass Sarana Motorama (NV Mass)

PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) memiliki struktur organisasi yang terbagi atas beberapa divisi dan departemen, yaitu *Sales Department*, *After Sales Department*, *Accounting Department*, dan *General Affair & HR. Department* yang dipimpin oleh seorang *General Manger*:

#### 1. *Sales & Marketing Department*

Fungsi utama adalah *Sales and Marketing Department* adalah melakukan penjualan mobil-mobil Mercedes-Benz serta melaksanakan kegiatan promosi kepada customer. PT Mass Sarana Motorama juga mempunyai *showroom* yang terletak di halaman depan kantornya. *Sales and Marketing Department* ini memiliki kekuatan yang terdiri atas 9 *Staff Sales*, 1 *Staff Sales Counter* dan 2 *Supervisor*.

Berikut ini alur dalam penjualan mobil di *Sales and Marketing Department* adalah:

Pembeli walk in → Sales counter → Supervisor Sales → Sales Manager (untuk meminta persetujuan harga akhir). Berikut ini adalah penjelasannya, *customer* datang ke *showroom* untuk melihat unit mobil tersedia, selanjutnya *customer* menanyakan harga unit mobil yang ingin dibelinya ke bagian *sales counter*. Kemudian *supervisor sales* menjelaskan keuntungan yang dimiliki pada tipe unit mobil tertentu dengan variasi yang berbeda-beda dari segi harga dan model pada tipe tertentu. Jika *customer* tidak setuju dengan harga pada unit mobil tersebut, *supervisor sales* akan menanyakan harga yang sesuai kepada *Sales Manager*. Jika *customer* tersebut adalah pelanggan setia, maka mereka dapat meminta harga khusus. Selanjutnya *Sales Manager* akan meminta persetujuan harga kepada Direksi terlebih dahulu untuk penentuan harga akhir.

Setelah harga sudah disepakati, kemudian dikeluarkan SPK (Surat Pemesanan Kendaraan) menyiapkan unit. Penagihan ke pelanggan serta disiapkan data pendukung lainnya yaitu dibuatkan faktur kendaraan atas nama pelanggan dan kuitansi tanda terima. Selanjutnya, mobil siap dikirim kepada customer dengan disertakan STNK. Sebelum kendaraan dikirim, bagian Workshop akan melakukan PDI (*Pre Delivery Inspection*) serta disiapkan *Acessoris* pelengkap untuk mobil.

Selanjutnya PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) melakukan pendataan dan cara pemesanan sejumlah unit mobil ke Dealer Pusat Mercedes-Benz Indonesia dengan cara menunjuk seorang *Sales* untuk melakukan pemesanan kendaraan langsung ke MBIna (Mercedes-Benz Indonesia) dengan cara *online* atau *paperless* (tanpa dokumen) dan dapat monitoring atas kendaraan-kendaraan yang masih ada di MBIna langsung dari komputer yang online langsung. Nama dari sistem tersebut adalah “**COMSYS**” singkatan dari *Customer Ordering Management System*. Pengguna dari pemesan kendaraan melalui online atau *Comsys* ini tercatat namanya di MBIna dan NV Mass yang memiliki 2 orang *user Comsys*.

*Recording* atau pencatatan dari aktifitas penjualan dicatat dalam sistem yang juga *online* dengan MBIna, yaitu dengan system **DMS** (*Dealer Management System*). *User* dari DMS di NV Mass ada 1 orang dan tercatat pada kantor MBIna. DMS berisi data *customer* yang telah membeli unit mobil pada tanggal tertentu, identitas pribadi *customer*, dan waktu pelaksanaan untuk melakukan perbaikan pada mobilnya.

Berikut ini tugas dari Marketing Support di PT Mass Sarana Motorama (NV Mass):

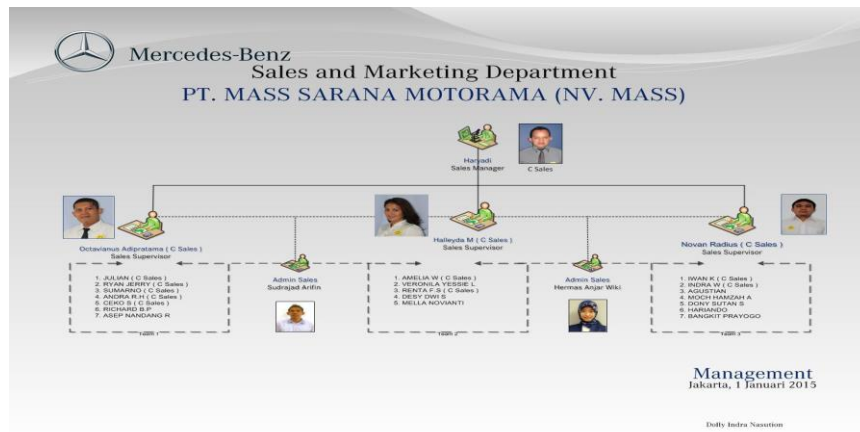
**Fungsi Utama Marketing Support :**

- a. Memimpin dan bertanggung jawab terhadap kegiatan – kegiatan penjualan produk NV MASS



- b. Melakukan support atas segala kebutuhan kegiatan pameran atas penjualan *Sales department* dan *Aftersales Department*;
- c. Mengelola segala kebutuhan promosi dan komunikasi *hard copy* maupun *soft copy*;
- d. Membuat materi keperluan *Sales Department* dan *Aftersales Department* dalam kegiatan *event* atau pameran;
- e. Melakukan *support* dalam administrasi dan pengklasifikasian kegiatan promosi NV Mass;
- f. Membuat laporan hasil dari kegiatan promosi NV Mass, *Sales Department*, dan *Aftersales Department* ke Manajemen NV Mass;
- g. Membuat laporan hasil dari kegiatan promosi NV Mass, *Sales Department*, dan *Aftersales Department* ke PT. Mercedes-Benz Indonesia;
- h. Membuat laporan dan *budget marketing plan* NV Mass;
- i. Membuat laporan keuangan hasil dari kegiatan *event* atau pameran yang diadakan oleh NV Mass dan tiap *department* untuk di laporkan ke *Accounting Department*.

Berikut ini Struktur Organisasi pada divisi *Sales and Marketing Support*



Gambar II.2

Struktur Organisasi pada divisi *Sales and Marketing Support*

Sumber : PT Mass Sarana Motorama (NV Mass)

Tugas *Marketing Support* di PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) antara lain:

- Memimpin kegiatan – kegiatan pameran atau *event* dan penjualan produk NV Mass;
- Mempersiapkan segala kebutuhan kegiatan pameran atau penjualan NV Mass;
- Membuat materi promosi *Sales Department* dan *Aftersales Department* baik dalam *hardcopy* dan *softcopy*;
- Membuat pengajuan *budget* dan laporan hasil dari pameran atau kegiatan penjualan NV Mass, *Sales Department* dan *Aftersales Department*;

- e. Membuat laporan dan tanggung jawaban keuangan hasil dari pameran atau kegiatan NV Mass, *Sales Department* dan *Aftersales Department*;
- f. Membuat laporan *Pre Event Sales Department* sebelum pameran untuk dilaporkan ke MBIna;
- g. Membuat laporan *Post Event Sales Department* setelah pameran untuk dilaporkan ke MBIna;
- h. Membuat laporan kegiatan *Aftersales Department* setelah *event* untuk dilaporkan ke *Management NV Mass*;
- i. Membuat laporan Analisa Prospect setelah pameran *Sales Department* untuk dilaporkan ke *Management NV Mass*;
- j. Membuat laporan *budget marketing plan NV Mass* dalam satu tahun dan diinformasikan ke pihak *Management*;
- k. Membuat laporan *budget marketing plan NV Mass* dalam satu tahun dan diinformasikan ke pihak MBIna.

## 2. *After Sales Department*

*After Sales* dalam hal ini termasuk *Workshop* adalah sebuah tempat perbaikan kendaraan. Pada bagian *After Sales* di PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) membawahi : *Workshop, Sales Advisor , Spare Parts* dan *Warranty*.

Alurnya kegiatan *After Sales* adalah *customer* datang ke Bagian Penerimaan di bagian *Service Reception* kemudian dilakukan pencatatan yaitu seorang *service advisor* menanyakan kepada

customer tentang keluhan atau kerusakan apa yang terjadi pada kendaraannya. Selanjutnya *service advisor* memasukkan keterangan analisa tentang kerusakan mobil kedalam data DMS untuk disimpan secara otomatis. Setelah itu data di *print out*, kemudian diserahkan ke bagian Teknik untuk ditentukan jenis perbaikannya. Setelah hasil analisa selesai kemudian dikomunikasikan kepada *customer*. Jika *customer* setuju dengan analisa yang telah dibuat, maka kendaraan dapat diperbaiki atau dilakukan pengerjaan.

Ada 2 kategori *Customer* yaitu: *Customer Cash* adalah *customer* yang melakukan pembayaran mobil secara tunai dan *Customer Garansi/Warranty* adalah *customer* yang melakukan pembayarannya ditagih sesuai regulasi garansi.

Pada saat eksekusi, akan ada *spareparts* yang dibutuhkan, untuk itu mekanik yang membuat analisa dengan persetujuan ke *supervisor* terkait perbaikan yang akan dilakukan. Kemudian mekanik akan memesan *sparepart* yang dibutuhkan ke bagian *Sparepart*. Pada bagian *sparepart*, ada *sparepart* yang dibeli secara tunai dan ada juga *sparepart* yang bergaransi (*warranty*). *Sparepart* bergaransi atau *Warranty*, mempunyai aturan yang telah ditetapkan oleh Mercedes-Benz yaitu jika *customer* membeli sebuah kendaraan akan mendapatkan :

- Pada ISP 3 tahun pertama, *customer* diberikan layanan ISP (*Integrated Service Package*) untuk pekerjaan-pekerjaan *Service and*

*Maintenance*. Sehingga *customer* dibebaskan dari biaya jasa atau *labour* dan biaya *spareparts*. Paket Layanan Terpadu (*Integrated Service Package-ISP*) adalah paket layanan, perawatan dan perbaikan secara gratis selama 3 tahun sejak tanggal pendaftaran pertama (Tanggal Bukti Penyerahan Kendaraan Baru) Mercedes-Benz tanpa batasan kilometer. Paket layanan yang menyeluruh ini dipersembahkan sebagai layanan standar untuk setiap kendaraan sedan baru Mercedes-Benz. Kartu Layanan Mercedes-Benz digunakan untuk memeriksa masa berlaku ISP.

- Pada ISP 3 tahun pertama sudah habis masa berlakunya, maka *customer* bisa memperpanjang masa ISP dengan memilih paket ISP 3 tahun atau 2 tahun. Pada ISP 2 tahun, *customer* bisa memperpanjang paket ISP 2 tahun sebesar Rp 14,9 Juta (*service*, diluar harga *spare part*) atau paket ISP 3 tahun sebesar Rp 49,3 juta (*customer* mendapatkan gratis biaya *service* dan *spare part*).

- Adapun pemanggilan kepada *customer* tentang *Warranty* (jaminan) kepada MBIna (Mercedes-Benz Indonesia) dilakukan menurut regulasi yang sudah ditetapkan oleh MBIna. Berikut ini adalah gambar buku panduan yang harus dimiliki setiap pemilik mobil Mercedes-Benz.



Gambar II.3  
Buku Panduan

Sumber: PT Mass Sarana Motorama

Berikut ini adalah gambar kartu ISP yang dipergunakan untuk pelayanan *service* kendaraan



Gambar II.4  
Kartu ISP

Sumber: PT Mass Sarana Motorama

### 3. *Accounting Department*

Suatu departemen yang mengelola keuangan seluruh perusahaan NV Mass dan seluruh kegiatannya termasuk membuat laporan keuangan untuk disampaikan kepada Direksi atau pejabat yang berwenang menerima laporan keuangan. Dalam kegiatannya dilaksanakan oleh 6 (enam) orang dan seorang Manager masing-masing berperan dan

saling mendukung satu sama lainnya untuk kelancaran operasional seluruh departemen dalam perusahaan PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) yang berhubungan dengan keuangan. Dalam Accounting Departement terdiri dari 5 Bagian :

a) **Supervisor Finance & Accounting**

- 1) Seorang *supervisor* melakukan koordinasi kepada bawahannya dan melakukan pengawasan langsung atas pekerjaan bawahannya dan departemen lain yang berkaitan dengan penerimaan dan pengeluaran uang;
- 2) Memproses semua transaksi keuangan dari laporan kasir ditambah laporan petugas-petugas yang lain dengan didukung bukti-bukti berupa dokumen yang diperlukan;
- 3) Membuat laporan keuangan perusahaan sebagai pendapatan perusahaan dari :
  - Penjualan unit kendaraan dari *Sales Department*.
  - Jasa *Service* dari *Workshop Department*.
  - Penjualan *Spareparts* dari *Spareparts Department*.
- 4) Membuat journal untuk proses laporan keuangan perusahaan;
- 5) Bertanggung jawab atas laporan keuangan perusahaan untuk disampaikan kepada manager keuangan sebagai bahan evaluasi keuangan perusahaan.

b) **Kasir**

- 1) Kasir dalam pekerjaannya melayani penerimaan dan pengeluaran uang tunai atau non tunai (*cek/giro/transfer*) untuk membantu kelancaran operasional perusahaan;
- 2) Kasir melakukan pengiriman dan penarikan uang di bank atau sebaliknya;
- 3) Kasir melakukan pencatatan dan mendokumentasikan semua penerimaan dan pengeluaran uang *cash* ke dalam laporan kas harian dan bulanan untuk disampaikan kepada supervisor sebagai bahan laporan keuangan;
- 4) Melaporkan semua pekerjaan yang berkenaan dengan pengeluaran dan penerimaan uang kepada supervisor.

c) **Penagihan**

- 1) Melakukan pengumpulan dokumen tagihan atau *invoice* dari workshop dengan memeriksa kelengkapan dokumen yang dibutuhkan;
- 2) Menginput semua data *invoice* dan data pembayaran serta pelunasan ke sistem komputer hingga menghasilkan laporan daftar *outstanding* piutang *customer*, untuk dievaluasi sebagai bahan penagihan ke *customer*;
- 3) Menyampaikan tagihan atau *invoice* ke *customer cash* dan *customer credit* yang sudah jatuh tempo;



- 4) Melaporkan hasil pembayaran tagihan dari *customer* dan diserahkan terimakan kepada kasir;
- 5) Membuat laporan kepada supervisor tentang segala aktivitas yang berhubungan dengan tagihan, sehingga laporan keuangan piutang secara tepat waktu.

d) **Piutang Unit Kendaraan**

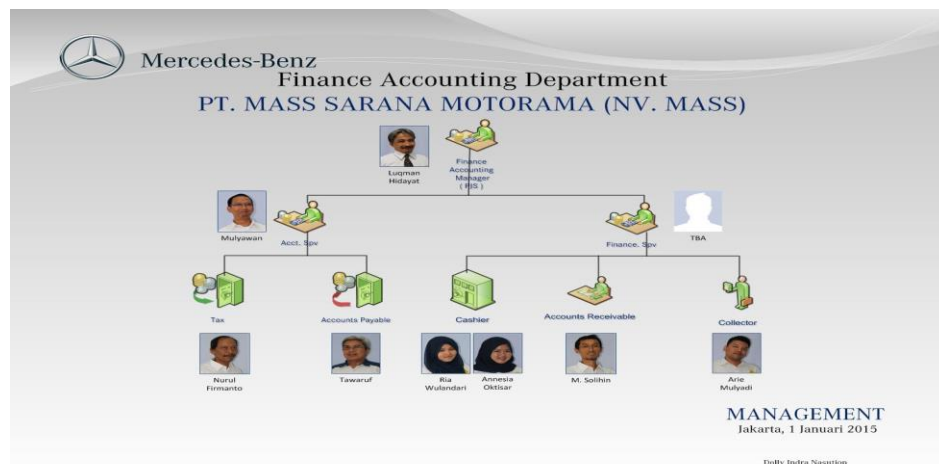
- 1) Memeriksa pembelian piutang unit kendaraan ditambah membuat laporan keuangan untuk Mercedes-Benz Indonesia serta merangkap proses laporan perpajakan;
- 2) Membuat laporan piutang unit kendaraan untuk *sub ledger* laporan keuangan;
- 3) Input data pembelian unit mobil dan pembayarannya ke komputer hingga menghasilkan laporan posisi *outstanding* hutang unit kendaraan;
- 4) Input data pajak masukan dan pajak keluaran juga pajak lain-lainnya untuk menyusun laporan keuangan;
- 5) Melakukan koordinasi dengan *supervisor* semua laporan hutang piutang unit dan laporan perpajakan untuk membantu kelengkapan laporan keuangan.

e) **Hutang Supplier**

- 1) Bagian ini melakukan pemeriksaan semua pembelian dari pengajuan permohonan pembelian (*Purchase Request*), pengorderan barang (*Purchase Order*) sampai dokumen

- penerimaan dan pengeluaran barang dari semua *department* (*Workshop, Spareparts, Sales, General Affair*);
- 2) Memeriksa kelengkapan data yang diperlukan untuk dibuatkan bukti pembayaran yang berupa *petty cash* atau kas bank (pembayaran uang tunai, cek/giro, transfer);
  - 3) Membuat surat tagihan kepada *supplier* atau *customer* yang belum membayar baik *service* kendaraan dari *workshop*, penjualan kendaraan dari *sales* dan penjualan suku cadang dari *spareparts*.

Berikut ini adalah gambar Struktur Organisasi pada divisi *Finance Accounting Department*



Gambar II.5  
Struktur Organisasi pada divisi *Finance Accounting Department*

Sumber: PT Mass Sarana Motorama

#### 4. *Human Resources Development dan General Affair*

Berikut ini tugas *Human Resources Development (HRD)*

- 1) Mengurusi rekrutmen, kepegawaian dan penempatan pegawai baru sesuai bidang keahliannya;
- 2) Menganalisa dan membuat job description secara akurat;
- 3) Membuat sebuah *compensation system* untuk pengupahan;
- 4) Membuat desain sebuah program keuntungan bagi karyawan termasuk asuransi dan pensiun;
- 5) Evaluasi kerja karyawan dan evaluasi karyawan untuk *performance* serta laporan apakah sesuai dengan ekspektasi serta jalan keluarnya;
- 6) Merencanakan training untuk karyawan sesuai dengan tingkatannya.

#### ***General Affair (GA)***

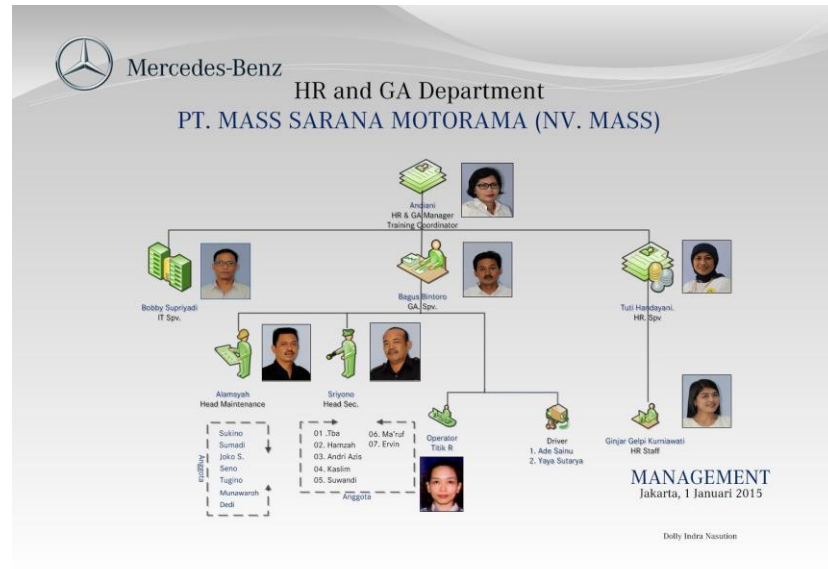
*General Affair* pada intinya adalah sebuah pengelolaan perusahaan agar dapat berlangsung secara terus-menerus. Dalam kegiatannya adalah melaksanakan kegiatan pelayanan kantor, penyediaan fasilitas dan layanan administrasi bengkel & perkantoran, sesuai ketentuan yang berlaku untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan yang antara lain kegiatannya adalah :

- 1) Melaksanakan aktivitas penyiapan ruang kerja dan peralatan bengkel dan kantor untuk seluruh pegawai, untuk memastikan

ketersediaan ruangan kerja dan peralatan bengkel dan kantor bagi setiap pekerja sesuai dengan jenis pekerjaan dan jabatan;

- 2) Melaksanakan aktivitas perbaikan dan renovasi bengkel atau gedung kantor, untuk memastikan semua gedung kantor selalu siap operasional;
- 3) Melaksanakan kegiatan surat-menyurat, dokumentasi dan pengarsipan, untuk memastikan dukungan administrasi bagi kelancaran kegiatan seluruh karyawan;
- 4) Membuat rencana dan mengevaluasi kerja harian dan bulanan untuk memastikan tercapainya kualitas target kerja yang dipersyaratkan dan sebagai bahan informasi kepada atasan;
- 5) Membuat perkiraan biaya tahunan yang berkaitan dengan kegiatan *office administration*, sebagai rekomendasi pembuatan anggaran departemen *General Affair*;
- 6) Melaksanakan akan adanya kebutuhan dan pengadaan alat tulis kantor, peralatan bengkel atau kantor, peralatan kebersihan dan keamanan kantor serta layanan *fotocopy* dan penjilidan;
- 7) Mengawasi pelaksanaan kebersihan dan kenyamanan ruang kantor dan keamanan kantor.

Berikut ini adalah Struktur Organisasi *HR and GA Department*



Gambar II.6  
Struktur Organisasi pada divisi HR and GA Department

Sumber: PT Mass Sarana Motorama (NV Mass)

### C. Kegiatan Umum Perusahaan

PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) merupakan distributor resmi kendaraan Mercedes Benz di Indonesia. NV MASS melaksanakan penjualan produk, layanan purna jual, penyediaan suku cadang, dan *service* untuk pelanggannya. NV MASS melakukan penjualan mobil Mercedes-Benz khususnya pada jenis *Passanger Car* dan juga menyediakan *Spareparts* asli dari PT Mercedes-Benz Indonesia (MBIna). Dimana cakupan pelayanan NV Mass adalah penanganan unit mobil, *service*, suku cadang dan pemberian pelayanan yang terbaik untuk

pelanggan. NV Mass terus memperkenalkan produk-produk kendaraan baik untuk kebutuhan bisnis maupun kendaraan pribadi yang sesuai dengan kebutuhan dan permintaan masyarakat Indonesia. Selain itu, NV.MASS juga menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdapat pada buku manajemen dengan penulis Philip Kotler mencakup 4P untuk perusahaan barang seperti *product*, *price*, *place*, dan *promotion* dalam melaksanakan kegiatan marketing. Berikut penjelasan bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk menyusun strategi pemasaran dalam menunjang kegiatan umum di PT Mass Sarana Motorama (NV Mass).

### ***1. Product***

Dalam hal produk dan jasa PT Mass Sarana Motorama sudah melakukan berbagai macam strategi agar dapat berinovasi mengeluarkan produk terbaru sehingga dapat bersaing dan terus berkembang. Berikut ini daftar produk Mercedes-Benz yang dijual oleh PT Mass Sarana Motorama:

Tabel II.1  
Tabel Daftar produk Mercedes-Benz

No.	Product	Type
1.	A-CLASS	Saloon
2.	B-CLASS	Sport Tourer
3.	C-CLASS	Saloon
		Estate
		Coupe
4.	CLA-CLASS	Coupe
5.	CLS-CLASS	Coupe
		Shooting Brake
6.	E-CLASS	Saloon

		Estate
		Coupe
		Cabriolet
7.	G-CLASS	Cross-Country Vehicle
8.	GL-CLASS	Off-Roaders
9.	GLK-CLASS	Off-Roaders
10.	M-CLASS	Off-Roaders
11.	S-CLASS	Saloon
12.	SL-CLASS	Roadsters
13.	SLK-CLASS	Roadsters
14.	SLS-AMG	Coupe
		Roadsters

Sumber: [http://www.nvmass.com/pc\\_showroom.shtml](http://www.nvmass.com/pc_showroom.shtml)

Produk yang dijual PT Mass Sarana Motorama yaitu mobil Mercedes-Benz dengan berbagai jenis dan tipe mobil yang bervariasi. Semua mobil tersebut telah disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Sehingga pelanggan dapat memilih mobil jenis apa yang mereka sukai.

## 2. Price

Tentunya setiap produk yang dijual oleh PT Mass Sarana Motorama memiliki harga yang berbeda. Berikut ini daftar harga (*price list*) dari produk Mercedes Benz berdasarkan tipe – tipe mobil yang berbeda:

Tabel II.2  
Price List Per Juni 2015

No.	Product	Type	On The Road (Rp) Termasuk Pajak
1.	A – CLASS	A 200 URBAN (W176)	600,200,000

		A 250 SPORT (W176)	755,500,000
		AMG GT-S (CBU)	4,358,000,000
		B 200 URBAN (W246)	555,000,000
		B 200 SPORT (W246)	621,000,000
2.	C – CLASS	C 200 AVA (W205) CKD	801,000,000
		C 250 AMG (W205) CKD	918,000,000
		C 250 Ava Exclusive (W205) CKD	854,000,000
		C 250 CGI COUPE AMG (C204)	998,000,000
		CLA 200 SPORT (C117)	776,000,000
		CLA 200 URBAN (C117)	726,000,000
		CLS 350 AMG (C218)	1,864,000,000
		CLS 400 AMG DYNAMIC (C218)	1,552,000,000
		CLS 63 AMG (C218)	2,929,000,000
3.	S – CLASS	SLK 200 CGI (R172)	1,144,000,000
		SLK 250 CGI (R172)	1,274,000,000
		SLK 55 AMG (R172)	2,524,000,000
		S 400 L EXCLUSIVE (V222) (CKD)	2,321,000,000
		S 400 L EXCLUSIVE (V222) (CBU)	2,635,000,000
		S 500 MAYBACH (CBU)	5,585,000,000
4.	E – CLASS	E 200 FL (W212) (MY03/13)	943,000,000
		E 250 CDI FL (W212) (MY04/13)	1,042,000,000
		E 250 CGI A/T AVA AMG (W212)	1,127,000,000
		E 250 FL (W212) (MY03/13)	1,157,000,000
		E 250 CABRIO AMG FL (A207)	1,478,000,000
		E 250 CGI COUPE A/T AVA AMG (C207)	1,357,000,000
		E 250 COUPE AMG FL (C207)	1,430,000,000
		E 400 AMG FL (W212) (MY06/13)	1,406,000,000
		E 400 AMG DYNAMIC (W212)	1,452,000,000
5.	G – CLASS	GL 400 (X166)	1,883,000,000
		GLA 200 SPORT (X156)	721,000,000
		GLA 200 SPORT NR (X156)	701,000,000
		GLA 200 URBAN (X156)	671,000,000
6.	M – CLASS	ML 250 CDI A/T (W166)	1,157,000,000
		ML 400 A/T (W166)	1,317,000,000

Sumber: PT Mass Sarana Motorama (NV Mass)

Daftar harga tersebut sudah termasuk Pajak PPnBM (Pajak Pertambahan atas Barang Mewah) pajak kepemilikan kendaraan bermotor yang dibebankan kepada pelanggan. Harga Mercedes-Benz berada dikisaran 1 Miliar untuk mobil dengan performance yang standar. Harga tersebut telah disesuaikan dengan keunggulan dan



*feature – feature* tambahan yang menjadi pelengkap pada mobil tersebut. Daftar harga tersebut tidak mengikat atau stagnan tetapi dapat berubah sewaktu – waktu.

### 3. *Place*

Untuk memudahkan pelanggan yang akan membeli kendaraan dan untuk memperlancar saluran distribusi mobil Mercedes-Benz, PT Mass Sarana Motorama memiliki kantor pusat dan menjadi dealer utama yang menjual mobil Mercedes-Benz dengan lokasi yang sangat strategis:

Alamat : Jl. Jend. Sudirman Kav. 8 Jakarta Pusat 10220

Telepon : 021-297 72600

Fax : 021-573 6948

Website : <http://www.nvmass.com>

PT Mass Sarana Motorama merupakan perusahaan yang menjadi distributor dalam menjual mobil Mercedes-Benz, menyediakan pelayanan service, dan menjual spare part original dan *accessories* lengkap Mercedes-Benz kepada pelanggannya. Lokasinya pun sangat strategis karena di pusat kota Jakarta. Hal itu memudahkan pelanggan jika ingin membeli mobil Mercedes-Benz Dengan adanya kantor pusat NV Mass serta dilengkapi dengan *showroom* dan juga bengkel, pelanggan semakin mudah ketika ingin membeli mobil ataupun ketika akan melakukan perbaikan pada mesin mobilnya. Selain itu, terdapat

dealer lain Mercedes-Benz yang tersebar di Indonesia meliputi Jakarta, Sumatera, Jawa, Bali, Kalimantan, dan Suawesi.

Dibawah ini adalah Daftar *Dealer & Showroom* Mercedes-Benz

Tabel II.3

Daftar *Dealer & Showroom* Mercedes-Benz

NO.	WILAYAH	ALAMAT
1.	Jakarta	PT Mass Sarana Motorama Jl. Jend Sudirman No. 8 Jakarta Pusat
		PT Dipo Angkasa Motor Jl. Jend. A. Yani Kav. 87 Jakarta
		PT Hartono Raya Motor (Jakarta Branch) Jl. Daan Mogot Km.1 No. 99 Jakarta Barat
		PT Mercindo Autorama Jl. Mampang Prapatan Raya No. 69 – 70 Jakarta Selatan
		PT Panji Rama Otomotif Jl. Teuku Nyak Arif 14 Simprug, Jakarta Selatan
		PT Adedanmas Jl. T.B. Simatupang Kav. 5 Jakarta Selatan
		PT Cakrawala Automotif Rabhasa Jl. Denpasar Raya Blok D – 2 Kav. 12 Kuningan Jakarta Selatan
		2.
		PT Bintang Wirabens Jl. Jend. Sudirman No. 203 EFG Pekanbaru
3.	Jawa	PT Citrakarya Pranata Jl. Soekarno-Hatta No. 727 Km. 6 Bandung
		PT Kalimas Arubu Indonesia Jl. Raya Yogya-Solo Km. 9 Yogyakarta
		PT Hartono Raya Motor (Head Office) Jl. Demak 166 – 170 Surabaya
		PT Kedaung Satrya Motor Jl. May. Jend. Sungkono 85 Surabaya
		PT Hartono Raya Motor (Semarang Branch) Jl. Jend. Sudirman No. 291 Semarang
4.	Bali	PT Hartono Raya Motor (Bali Branch) Jl. Raya By Pass, I Gusti Ngurah Rai No. 14 -16 Tuban, Denpasar
5.	Kalimantan	PT Bintang Kutai Motor Jl. Soekarno-Hatta Km. 2.5 Balikpapan
		PT Bintang Barito Motor Jl. Jend. A. Yani Km. 9.2 No. 38 Banjarmasin
6.	Sulawesi	PT Timur Permai Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 9.200 Ujung Pandang

Sumber: Data Marketing sales & support Kantor Pusat PT Mass Sarana Motorama (NV Mass), September 2014.

#### 4. *Promotion*

Mengelola pameran memerlukan beberapa keahlian yang berbeda, diantaranya harus mengenal seni pameran, pengorganisasian yang baik, terutama terkait dengan logistik dan keberhasilan pameran yang banyak ditentukan dari balik layar.<sup>12</sup>

Pameran utama ialah pameran outlet yang diadakan di beberapa pusat perbelanjaan seperti di mal dan pusat bisnis. Selama pameran biasanya ditawarkan aneka promo yang menguntungkan konsumen.

Untuk menyelenggarakan pameran, perusahaan perlu menyewa tempat untuk mendirikan gerai (*outlet*) yang akan digunakan sebagai saran promosi. Untuk itu perusahaan harus mengeluarkan berbagai biaya yang dibutuhkan untuk gerai tersebut. Melalui gerai pameran, wiraniaga diharapkan mampu menganalisis kebutuhan calon konsumen terlebih dahulu sebelum melakukan kunjungan personal.<sup>13</sup>

Strategi promosi yang dilakukan PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) untuk mengadakan kegiatan komunikasi yang efektif dan efisien kepada pelanggan, yaitu:

- a) Membuat iklan di koran, *billboard*, spanduk, dan brosur.
- b) Mengadakan pameran (*event*) di Mall – mall di Jakarta, Bekasi, Bintaro, dan Serpong. Mall – mall tersebut antara lain Mall Grand Indonesia, Mall Senayan City, Mall Bintaro Exchange, Mall Botani Square, dan lain sebagainya. Tujuan diadakan pameran adalah untuk

---

<sup>12</sup> Hermawan. Agus, Komunikasi Pemasaran, 2012, pp. 112-113

<sup>13</sup> *Ibid* p. 113

memperkuat *image* NV Mass sebagai distributor yang menjual mobil Mercedes-Benz dan untuk menawarkan produk terbaru dari Mercedes-Benz kepada pelanggan maupun calon pelanggan.

Pameran biasanya diadakan setiap bulan yaitu 2 kali dalam sebulan. Periode waktu pameran tersebut hanya berlangsung selama seminggu. Pada bulan Mei lalu, PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) menyelenggarakan pameran di 3 Mall sekaligus karena kejar waktu sebelum memasuki bulan Ramadhan.

Selanjutnya, PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) melakukan promosi dengan mengadakan pameran atau *event* pada tanggal 2 Juni sampai dengan 7 Juni 2015 bertempat di Pondok Indah Mall yang bertema *Ramadhan Sales Campaign*.

Dalam pameran tersebut perusahaan juga memberikan pelayanan *test drive* gratis bagi pelanggan yang memang sudah bersedia membeli mobil yang diinginkannya. *Test drive* berguna untuk memastikan kualitas dan kinerja mobil itu baik. Sekaligus untuk membuktikan bahwa pelanggan tidak akan kecewa jika membeli mobil Mercedes-Benz tersebut.

Berikut ini gambar aktivitas promosi Mercedes-Benz kepada beberapa *customer* di Pondok Indah Mall



Gambar II.7  
Aktivitas promosi di Pondok Indah Mall

Sumber: Kegiatan pameran di Pondok Indah Mall

Berikut ini gambar pelaksanaan *event* di Pondok Indah Mall



Gambar II.8  
Pelaksanaan *event* di Pondok Indah Mall

Sumber: Kegiatan pameran di Pondok Indah Mall

Mengadakan pameran atau event di mall-mall terkenal khususnya di pusat Jakarta merupakan cara promosi sangat penting yang selalu diterapkan oleh PT Mass Sarana Motorama (NV Mass). Hal tersebut dikarenakan perusahaan dapat langsung menampilkan produk pada saat pameran berlangsung sekaligus menunjukkan performa terbaik pada setiap produk yang ditawarkan untuk *customer*.<sup>14</sup>

Setelah mengadakan pameran di Pondok Indah Mall, PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) kembali membuat event yang bertempat di Kelapa Gading Mall. Pameran berlangsung di dua lokasi berbeda yakni untuk pameran Mercedes-Benz Collection yang menampilkan *display* mobil berada di Atrium Mall Kelapa Gading sedangkan untuk promosi penggantian oli (*Pit Stop*) berada di lapangan parkir Mall Kelapa Gading. Berikut ini gambar *event* Mercedes-Benz Collection di Mall Kelapa Gading.



Gambar II.9  
*Display* Mercedes-benz di Mall Kelapa Gading

Sumber: Kegiatan pameran di Mall Kelapa Gading

---

<sup>14</sup> Laporan Post Event Report PT Mass Sarana Motorama (NV. Mass) p. 17

Dibawah ini adalah gambar Area tempat pameran Mercedes-Benz



Gambar II.10

Area tempat pameran Mercedes-Benz

Sumber: Kegiatan pameran di Mall Kelapa Gading

Gambar unit mobil Mercedes-Benz Collection sebagai berikut



Gambar II.11

Unit mobil Mercedes-Benz

Sumber: Kegiatan pameran di Mall Kelapa Gading

Dibawah ini adalah gambar aktivitas salesperson ketika melakukan promosi di Mall Kelapa Gading



Gambar II.12

Aktivitas promosi dalam pameran di Mall Kelapa Gading

Sumber: Kegiatan pameran di Mall Kelapa Gading

Dalam event tersebut PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) mengajak para customernya yang memiliki mobil Mercedes-Benz untuk melakukan penggantian oli serta mengecek batas kilometer pada kendaraannya.

PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) sebelumnya telah mempertimbangkan tempat-tempat yang sesuai untuk mengadakan *event* dengan mengambil segmentasi untuk masyarakat kalangan atas yang memiliki penghasilan yang besar.

Sebelum diadakan pameran, pihak *Marketing Support* memilih lokasi mana yang akan dijadikan tempat untuk pameran dan melakukan rapat (*meeting*) untuk berkoordinasi bersama *Team Sales*, *General Manager*, dan *Sales Manager*. Setelah mendapat kesepakatan



tempat pameran, marketing support menghubungi pihak EO (*Event Organizer*) untuk menanyakan jadwal dilaksanakan pameran, menanyakan harga sewa tempat pameran dan fasilitas yang diminta dekorasi yang sudah PPN kemudian melakukan negosiasi. Itu adalah sekilas kegiatan yang dilakukan marketing support sebelum menyelenggarakan pameran.

PT Mass Sarana Motorama (NV Mass) memasarkan produknya dengan menerapkan target pasar yaitu customer yang berada di Jakarta, maupun sekitar Jakarta seperti Bekasi, Bintaro, dan Serpong. Hal itu dikarenakan perusahaan menjadikan Jakarta sebagai target pasar utama dalam menjual produknya sedangkan untuk daerah luar Jakarta ditetapkan sebagai target pasar karena memang ditujukan untuk masyarakat menengah ke atas dan juga disebabkan ketidakadanya dealer Mercedes-Benz. Selain itu, perusahaan juga menawarkan produknya kepada masyarakat yang kemungkinan penghasilan per bulannya besar.

Selain menyelenggarakan pameran, PT Mass Sarana Motorama juga melakukan promosi dengan pemberian diskon (potongan harga) pada bulan – bulan tertentu. Hal itu akan membuat pelanggan tertarik untuk membeli. Kemudian, memberikan undian berhadiah kepada pelanggannya.

## BAB III

### PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

#### A. Bidang Kerja

Selama Praktek Kerja Lapangan di PT Mass Sarana Motorama (NVMASS) praktikan ditempatkan di Divisi *Marketing & Sales Support*. Bidang kerja yang dilakukan oleh Divisi *Marketing & Sales Support* sangat banyak, tetapi praktikan diberikan tugas dari pecahan tugas-tugas yang dilakukan Divisi *Marketing & Sales Support* sebagai berikut:

1. Merekap data *Prospect Customer Analysis*.
2. Menginput data *Customer Ramadhan Sales Campaign*.
3. Pengecekan data *invoice customer* kedalam *database*.
4. Mem-file setiap *invoice* sesuai dengan nama *customer* atau perusahaan masing-masing.
5. Membuat tabel perhitungan insentif sales dalam bentuk Microsoft Excel.

Dari kelima poin tugas yang praktikan kerjakan, praktikan juga ikut serta dalam kegiatan *event* yang dilaksanakan PT. Mass Sarana Motorama (NV.MASS) yang berlokasi di Mall Kelapa Gading pada 9 – 14 Juni 2015 bertema *Ramadhan Sales Campaign*. Praktikan dapat melihat secara langsung pameran tersebut.

Didalam divisi *Marketing and Sales Support* pada PT. Mass Sarana Motorama (NV.MASS) terbagi 2 kategori *Sales Marketing* dan *After Sales Marketing*. *Sales Marketing* menangani kegiatan penjualan unit kendaraan, pelaksanaan sebelum dilaksanakan pameran ataupun sesudah pameran, melakukan komunikasi dengan pihak event organizer ketika akan mengadakan pameran, serta berkoordinasi dengan *General Manager* dan *Sales Manager* dalam hal penentuan lokasi yang tepat untuk dilaksanakan pameran dan juga membahas *budget* yang dikeluarkan untuk pameran tersebut.

Sedangkan *After Sales Marketing* adalah menangani kegiatan setelah penjualan seperti perbaikan kendaraan (*service*), pelayanan penyediaan sparepart asli dari PT. Mercedes-Benz Indonesia (MBIna), dan melakukan pelayanan terbaik agar customer merasa puas atas hasil perbaikan kendaraan yang dilakukan PT. Mass Sarana Motorama (NV.MASS).

## **B. Pelaksanaan Kerja**

Pelaksanaan program PKL ini dilakukan selama 2 (dua) bulan, dimulai 1 Juni 2015 sampai dengan tanggal 14 Agustus 2015, dari pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 16.00 WIB dan pada bulan Ramadhan dari pukul 08.00 WIB sampai dengan 15.30 WIB, setiap hari Senin sampai dengan hari Jumat. Untuk pelaksanaan setiap pekerjaan maka praktikan dituntut untuk teliti setiap menginput data *customer* kedalam *database* yang telah diberikan pembimbing PKL. Adapun pelaksanaan kerja yang harus praktikan lakukan sebagai berikut:

## 1. Merekap data *Prospect Customer Analysis*

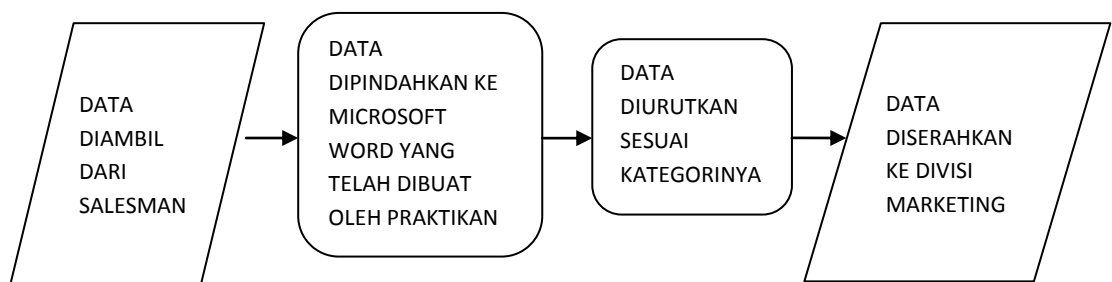
Pada tahap pekerjaan ini pratikan menginput seluruh data cutomer yang membeli ataupun akan membeli mobil Mercedes-Benz. Praktikan menginput seluruh data *customer* meliputi nama, tipe mobil, kemudian mengkategorikan *customer* tersebut kedalam *Hot Prospect*, *Middle Prospect*, *Low Prospect*, dan SPK (Surat Pemesanan Kendaraan). Dibawah ini adalah penjelasannya sebagai berikut:

- *Hot Prospect* adalah *customer* yang memang sudah pasti ingin membeli, hal itu ditandai dengan tercantum keterangan atau alasan yang diberikan *customer* kepada salesman, misalnya minta untuk test drive.
- *Middle Prospect* adalah *customer* yang kemungkinan akan membeli atau bahkan tidak akan membeli. Hal tersebut ditandai dengan alasan yang diberikan *customer* misalnya minta penawaran harga, masih membandingkan merek mobil lain, atau lain sebagainya.
- *Low Prospect* adalah *customer* yang kemungkinan tidak akan membeli kerana mereka masih bertanya tentang keunggulan dan *feature* yang dimiliki mobil tersebut ataupun masih berunding terlebih dulu dengan keluarganya
- SPK (Surat Kendaraan Pemesanan) adalah surat yang dikeluarkan perusahaan untuk menyatakan bahwa seorang *customer* sudah bersedia untuk membeli mobil tersebut dengan

tipe yang diinginkan dan harga tertentu. Kemudian, customer melakukan transaksi kepada pihak perusahaan untuk melakukan pembayaran, misalnya pembayaran melalui transfer ke nomor rekening atas nama PT. Mass Sarana Motorama atau bisa juga customer membayar secara kredit yang dibayarkan setiap bulannya dengan ketentuan dari pihak perusahaan.

Praktikan memperoleh data dari salesman saat mereka bertugas menjaga *stand* pameran. Setelah perekapan selesai, pratikan menyerahkan data-data tersebut kepada divisi *Marketing Support* untuk dianalisis. Berikut alur pengerjaan rekap data Prospect Customer Analysis dapat dilihat pada gambar III. 1:

### Alur Merekap Data *Customer Prospect*



Gambar III.1.

Alur Pengerjaan Rekap Data Customer Prospect

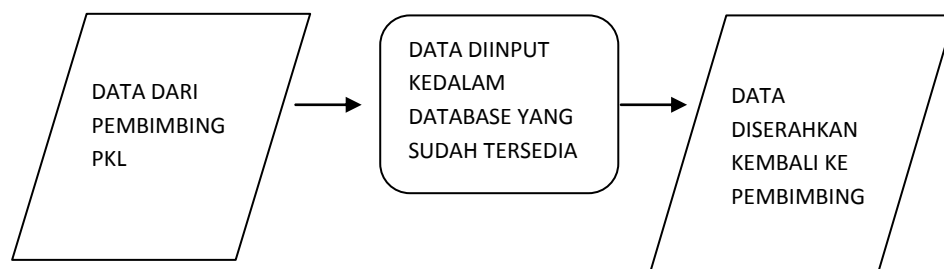
Sumber: data diolah praktikan

## 2. Menginput data customer Ramadhan Sales Campaign

Pekerjaan selanjutnya, praktikan diberi tugas oleh pembimbing PKL untuk menginput data-data customer Ramadhan Sales Campaign. Data-data

tersebut berdasarkan tipe mobil dan nomor polisi kendaraan meliputi nama *customer*, nomor telepon, alamat, dan contact person yang bisa dihubungi. *Ramadhan Sales Campaign* adalah pameran (*event*) yang diselenggarakan oleh PT. Mass Sarana Motorama (NVMASS) pada 9 Juni sampai 14 Juni 2015 di Kelapa Gading Mall yang diadakan sebelum memasuki bulan Ramadhan berisi tentang *Pit Stop Activity* yaitu pelayanan untuk penggantian oli mobil Mercedes-Benz secara gratis untuk para pelanggan.

#### Alur Pengerjaan Menginput Data *Customer*



Gambar III.2

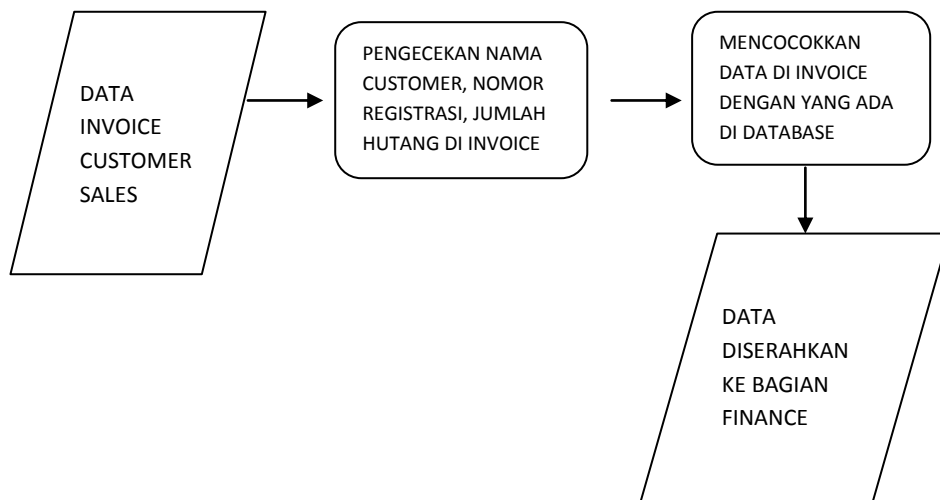
Alur Penginputan Data *Customer Ramadhan Sales Campaign*  
 Sumber: data diolah praktikan

### 3. Pengecekan Data *Invoice Customer*

Selanjutnya, praktikan mendapat pekerjaan untuk melakukan pengecekan data *invoice customer* yaitu jumlah pembelian secara kredit atau hutang yang dilakukan *customer* maupun perusahaan. Pengecekan meliputi nama *customer*, nomor registrasi *invoice*, dan jumlah hutang yang tercantum dalam *invoice* tersebut. Kemudian semua data yang ada di *invoice*, praktikan sesuaikan dengan yang ada di *database* yang telah disediakan. Pada saat pengecekan data-data dibutuhkan ketelitian yang serius agar

tidak terjadi kesalahan dalam pengecekan. Praktikan memperoleh data-data tersebut dari pembimbing PKL kemudian setelah selesai pengecekan, praktikan menyerahkan data-data tersebut ke bagian *finance*. Berikut alur pengecekan data *invoice customer* yang dikerjakan Praktikan.

#### Alur Pengecekan Data *Invoice Customer*



Gambar III.3

Alur Pengecekan Data *Invoice Customer*

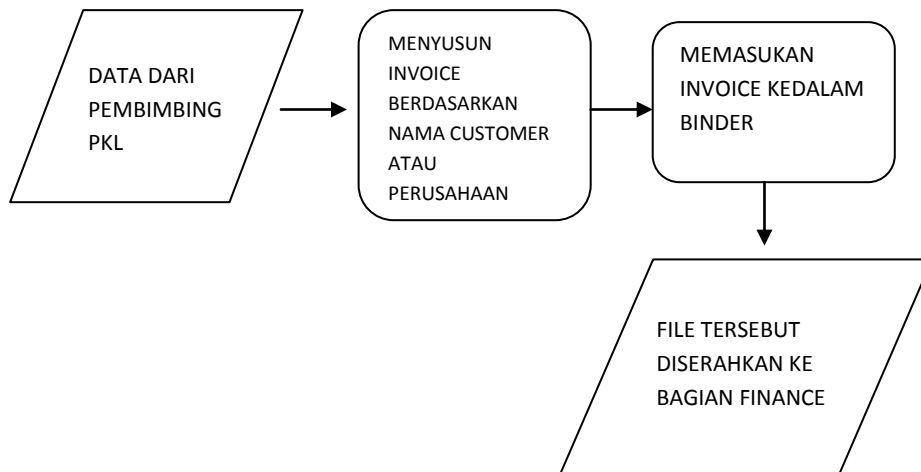
Sumber: data diolah praktikan

#### 4. Mem-*file* Data *Invoice Customer* sesuai dengan nama *customer* atau perusahaan masing-masing

Setelah melakukan pengecekan data *customer*, praktikan melakukan pekerjaan selanjutnya yaitu mem-*file* data *invoice customer*. Data *invoice* tersebut kemudian dijadikan kedalam satu binder sesuai nama *customer* maupun perusahaan yang tertera di *invoice* tersebut. Pekerjaan mem-*file* data dibutuhkan ketelitian agar tidak ada kesalahan ketika menyusun *invoice* berdasarkan nama *customer* ataupun perusahaan masing-masing.

Setelah selesai mem-*file invoice* kedalam satu binder, data tersebut diserahkan ke bagian *finance* untuk dianalisa.

#### Alur Pengerjaan Mem-*file data invoice customer*



Gambar III.4

Alur Pengerjaan Mem-*file data invoice customer*

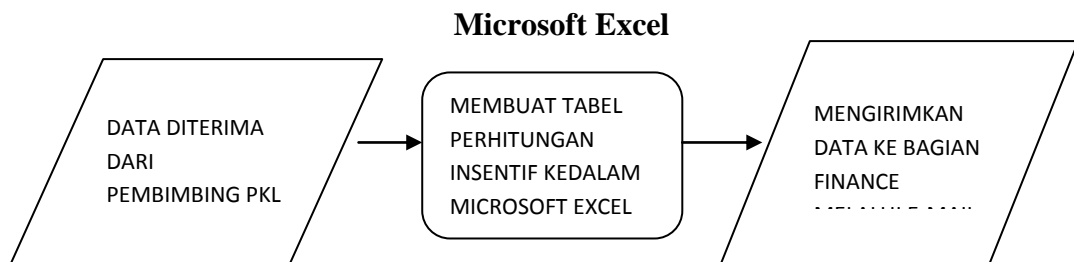
Sumber: data diolah praktikan

#### 5. Membuat Tabel Perhitungan Insentif Sales kedalam Microsoft Excel

Praktikan diberi tugas oleh pembimbing PKL untuk membuat tabel tentang Perhitungan Insentif Sales. Data tersebut telah di print out terlebih dahulu oleh pembimbing. Praktikan hanya mengikuti contoh tabel yang sudah print out, kemudian memasukkan data kedalam Microsoft Excel. Setelah menyelesaikan tugas tersebut, praktikan mengirimkan data-data tersebut ke bagian *finance* melalui *e-mail*.



### Alur Membuat Tabel Perhitungan Insentif Sales kedalam



Gambar III.5

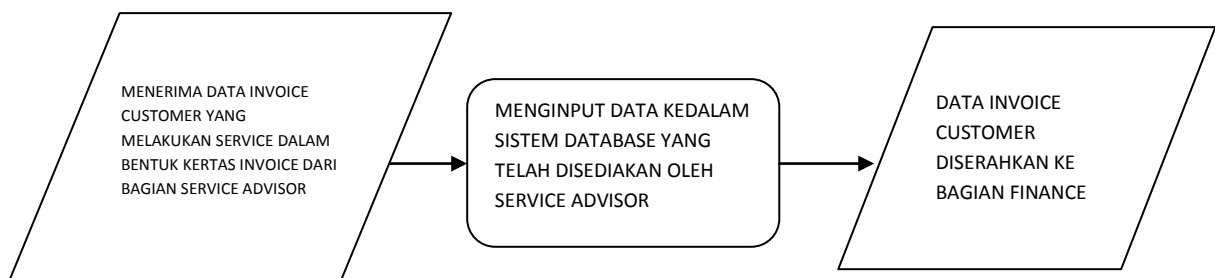
Alur Pekerjaan Membuat Tabel Perhitungan Insentif Sales

Sumber: data diolah praktikan

#### 6. Menginput Data *Invoice Customer* yang melakukan *Service* kedalam *database* yang telah disediakan

Praktikan diberi tugas oleh bagian *service advisor* untuk menginput data *customer* yang telah melakukan *service* atau perbaikan kendaraan. Data tersebut masih berupa kertas *invoice* yang belum dimasukkan kedalam sistem *database*. Setelah mendapatkan kertas *invoice* itu dari bagian *service advisor*, praktikan menginput data tersebut yang berisi nama, tipe mobil, nomor polisi, tahun pembelian kendaraan, *complaint* yang diberikan *customer*, dan *service* yang telah diterapkan NV MASS pada mobil tersebut. Kemudian, praktikan memasukkan data-data tersebut kedalam sistem *database* yang sudah disediakan oleh bagian *service advisor* tersebut. Setelah selesai menginput data *invoice customer*, data tersebut sudah masuk kedalam sistem *database service advisor* sedangkan data *invoice customer* yang dalam bentuk kertas, praktikan serahkan ke bagian *finance*.

**Alur Pekerjaan Menginput Data *Invoice Customer* yang  
melakukan *Service* kedalam Sistem *Database***



Gambar III.6

Alur Pengerjaan Input Data *Invoice Customer*  
yang melakukan *Service* kedalam Sistem *Database*

Sumber: data diolah praktikan

### C. Kendala Yang Dihadapi

Dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL), praktikan menemui beberapa kendala yang dihadapi selama berlangsungnya PKL antara lain:

1. Pada saat melakukan PKL, praktikan baru pertama kali berhadapan dengan *customer* namun sulit menanggapi apa yang *customer* inginkan.
2. Pada awal pelaksanaan PKL, praktikan tidak tahu tugas apa yang harus praktikan kerjakan di kantor.
3. Kurangnya sarana komputer di kantor tersebut dikarenakan kantor tersebut hanya menyediakan komputer untuk pegawai saja, sehingga berdampak pada terlambatnya praktikan menyelesaikan tugas – tugas yang diberikan oleh pembimbing PKL.

4. Praktikkan merasa bingung dan tidak mengerti dengan tahapan kegiatan *event* yang dilakukan oleh divisi *Marketing and sales support*.

#### **D. Cara Mengatasi Kendala**

Adapun beberapa cara praktikkan mengatasi kendala-kendala yang dihadapi praktikkan selama melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) selama dua bulan:

1. Menurut Kamus Kecil Bahasa Indonesia, biasa adalah sudah lazim atau hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, sedangkan terbiasa adalah sudah sering dilakukan secara berulang-ulang. Seiring berjalannya waktu, praktikkan membiasakan berhadapan dengan *customer* serta dapat beradaptasi dengan *customer* sehingga apa yang *customer* inginkan praktikkan mampu memenuhi dengan baik. Beradaptasi artinya menyesuaikan diri dan membiasakan diri berkomunikasi mengikuti aturan kerja yang telah dibuat oleh perusahaan.
2. Menurut Kamus Kecil Bahasa Indonesia, bertanya adalah minta keterangan kepada seseorang tentang sesuatu. Kebiasaan bertanya, mencari, dan menemukan jawaban terhadap hal-hal apa pun, akan mejadikan kita berpikiran terbuka. Bertanya, mencari, dan menemukan (jawaban) kemudian berulang lagi, akan meningkatkan pemahaman, melihat lebih jauh, bahkan lebih baik dalam memutuskan sesuatu. Proses seperti ini juga akan membuat kita tidak terlalu mudah

menilai, *men-judge*, bahkan menghakimi sebelum memiliki pengertian yang cukup baik. Ilmu pengetahuan semakin maju sangat ditentukan oleh rasa penasaran dan *curious* manusia. Rasa penasaran dan keingintahuan manusia akan menentukan pencapaian manusia dalam hal apa pun. Praktikan sering bertanya dengan terus bertanya, mencari, dan menemukan jawaban terhadap hal-hal apa pun kepada beberapa karyawan di divisi *Marketing and Sales Support* tentang tugas apa yang dapat praktikan kerjakan serta pekerjaan apa yang bisa praktikan bantu untuk menyelesaikannya.

3. Menurut Kamus Kecil Bahasa Indonesia, inisiatif adalah prakarsa; tindakan yang mula-mula. Sedangkan menurut Amhar Maulana Arifin, inisiatif adalah kemampuan untuk memutuskan dan melakukan sesuatu yang benar tanpa harus diberi tahu, mampu menemukan apa yang seharusnya dikerjakan terhadap sesuatu yang ada di sekitar, berusaha untuk terus bergerak untuk melakukan beberapa hal walau keadaan terasa semakin sulit. Praktikan berinisiatif sendiri dengan membawa *laptop* sendiri agar praktikan dapat dengan mudah menyelesaikan tugas yang diberikan pembimbing PKL. Berinisiatif yaitu kemauan melakukan sesuatu untuk kepentingan diri sendiri pada akhirnya praktikan harus membawa *laptop* karena merupakan standar operasional karyawan sehingga praktikan juga dapat menyelesaikan tugas yang diberikan pembimbing PKL.

4. Praktikan dapat menanyakan hal-hal yang kurang praktikan pahami kepada pembimbing PKL dan juga praktikan semakin aktif bertanya kepada staf dan Kepala Bagian pada beberapa departemen mengenai data-data perusahaan yang berkenaan dengan data-data yang dibutuhkan untuk Laporan Praktik Kerja Lapangan. Pengertian aktif secara umum adalah giat, bereaksi, dan adanya dorongan untuk melakukan suatu kegiatan.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Selama melakukan PKL di PT. Mass Sarana Motorama (NVMASS), praktikan dapat menyimpulkan bahwa pelaksanaan PKL sangatlah berguna, dimana:

1. Praktikan mengetahui tugas dari pekerjaan pemasaran di PT. Mass Sarana Motorama khususnya pada bidang *Marketing & Sales Support* PT. Mass Sarana Motorama (NV. Mass). Praktikan mempelajari tugas yang dilakukan PT Mass Sarana Motorama (NV. Mass) dalam memasarkan produknya terhadap masyarakat serta mengetahui bagaimana aktivitas dan pekerjaan yang dilakukan khususnya di *Divisi Marketing & Sales Support* yaitu melakukan analisa/strategi penjualan, koordinasi pameran produk (promosi produk-produk Mercedes Benz terbaru), menjalin kerjasama dengan pihak *event organizer* sebelum *event* dilaksanakan, pembuatan pameran (*event*), dan memantau penjualan yang dilakukan *salesman*.
2. Praktikan memberikan kontribusi dalam menangani masalah yang terjadi di *Divisi Marketing & Sales Support*. Pratkan belajar banyak

hal selama PKL yang sebelumnya belum pernah didapatkan selama masa perkuliahan.

3. Dengan pelaksanaan PKL selama 2 (dua) bulan pada PT Mass Sarana Motorama (NV. Mass) maka praktikan telah memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Studi D-III Pemasaran, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

## **B. Saran**

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan PKL, praktikan melalui laporan PKL ini bermaksud memberikan saran agar di masa yang akan datang dapat menjadi bahan pembelajaran dan masukan yang positif, sehingga dapat dijadikan acuan untuk perbaikan bagi pihak-pihak terkait. Adapun saran yang dapat praktikan berikan diantaranya sebagai berikut: untuk perusahaan yaitu perlunya peningkatan penambahan fasilitas komputer untuk mahasiswa Praktik Lapangan Kerja, agar memudahkan mahasiswa PKL dalam mengerjakan tugas yang diberikan oleh Pembimbing Lapangan.

### **1. Bagi Perusahaan**

Saran yang dapat praktikan berikan untuk perusahaan yaitu perlunya peningkatan penambahan fasilitas komputer untuk mahasiswa Praktik Kerja Lapangan, agar memudahkan mahasiswa PKL dalam mengerjakan tugas yang diberikan oleh pembimbing PKL.

## 2. Bagi Fakultas Ekonomi

Saran yang dapat praktikan berikan untuk jurusan Manajemen, program studi D-III Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta sebaiknya mengoptimalkan pada mata kuliah yang terkait dengan pemasaran, misalnya mata kuliah Humas agar lebih menekankan mahasiswanya untuk dapat berkomunikasi dengan baik salah satunya bila berkomunikasi dengan *customer*. Kemudian, mengajarkan kepada mahasiswa mengenai bagaimana berkomunikasi dengan customer yang baik dan benar. Supaya ketika praktikan-praktikan lain melaksanakan PKL merasa percaya diri ketika menghadapi seorang *customer*.



## DAFTAR PUSTAKA

<https://www.google.co.id/#q=sejarah+pt+mass+sarana+motorama> (diakses tanggal 22 April 2016 pukul 11.56 WIB)

<https://www.google.co.id/#q=sejarah+pt+mass+sarana+motorama> (diakses tanggal 22 April 2016 pukul 11.59 WIB)

[http://fe.unj.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/PEDOMAN-PRAKTIK-KERJA-LAPANGAN\\_0.pdf](http://fe.unj.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/PEDOMAN-PRAKTIK-KERJA-LAPANGAN_0.pdf) , (diakses pada tanggal 21 April 2016 pukul 20.30 WIB)  
Hajat, Nurahma, dkk. (2012). **Pedoman Praktik Kerja Lapangan**. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Profil Perusahaan PT Mass Sarana Motorama, Pedoman Orientasi Karyawan p. 4

<https://www.google.co.id/#q=visi+dan+misi+nv+mass> (diakses tanggal 22 April 2016 pukul 12.09 WIB)

Profil Perusahaan PT Mass Sarana Motorama, Pedoman Orientasi Karyawan 2015 p. 5

Profil Perusahaan PT Mass Sarana Motorama, Pedoman Orientasi Karyawan 2015 p. 6

Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. England: Pearson, 2012.

Laporan Post Event Report PT Mass Sarana Motorama (NV. Mass) p. 17

Pengertian inisiatif. [http://www.amhardinspire.com/2014/10/berani-mengambil-inisiatif\\_16.html](http://www.amhardinspire.com/2014/10/berani-mengambil-inisiatif_16.html) (diakses tanggal 19 April 2016 pukul 15.10 WIB)

Pengertian terbiasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia <http://kbbi.web.id/biasa> (diakses tanggal 19 April 2016 pukul 15.35 WIB)

Pengertian aktif, Kamus Besar Bahasa Indonesia <http://kbbi.web.id/aktif> (diakses tanggal 18 April 2016 pukul 09.30 WIB)

Pengertian bertanya dan pengertian menanyakan

<http://www.salamedukasi.com/2014/06/pengertian-dari-menanya-questioning.html> (Diakses tanggal 17 April 2016 pukul 11.45 WIB).

Partanto, Pius A dan Trisno Yuwono. Kamus Kecil Bahasa Indonesia. Surabaya: Arloka, 1994.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telp./Fax. : Rektor : (021) 4893854, PR I : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982  
BAUK : 4750930, BAAK : 4759081, BAPSI : 4752180  
Bag. UHTP : Telp. 4893726, Bag. Keuangan : 4892414, Bag. Kepegawaian : 4890536, HUMAS : 4898486  
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 1728/UN39.12/KM/2015  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

30 Maret 2015

Yth. Pimpinan HRD PT. Mass Sarana Motorama (NV Mass)  
Jl. Jend. Sudirman 8, Jakarta 10220

Kami mohon kesediaan Saudara, untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : **Azizah Zuhriani**  
Nomor Registrasi : 8223136609  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Untuk Mengadakan : **Praktek Kerja Lapangan**  
No. Telp/HP : 087887419856

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pada bulan Juni s.d. Agustus 2015.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Administrasi  
Akademik dan Kemahasiswaan,



Tembusan :  
1. Dekan Fakultas Ekonomi  
2. Kaprog / Jurusan Manajemen

Drs. Syaifullah  
NIP 195702161984031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telp./Fax. : Rektor : (021) 4893854, PR I : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982  
BAUK : 4750930, BAAK : 4759081, BAPSI : 4752180  
Bag. UHTP : Telp. 4893726, Bag. Keuangan : 4892414, Bag. Kepegawaian : 4890536, HUMAS : 4898486  
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 1728/UN39.12/KM/2015  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

30 Maret 2015

Yth. Pimpinan HRD PT. Mass Sarana Motorama (NV Mass)  
Jl. Jend. Sudirman 8, Jakarta 10220

Kami mohon kesediaan Saudara, untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : **Azizah Zuhriani**  
Nomor Registrasi : 8223136609  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Untuk Mengadakan : **Praktek Kerja Lapangan**  
No. Telp/HP : 087887419856

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pada bulan Juni s.d. Agustus 2015.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.



Kepala Biro Administrasi  
Akademik dan Kemahasiswaan,

Drs. Syaifullah  
NIP 195702161984031001

**Tembusan :**  
1. Dekan Fakultas Ekonomi  
2. Kaprog / Jurusan Manajemen



Mercedes-Benz

**Workshop Report**

Date: _____	Customer Name: _____
WJP No: _____	Reg No: _____ Reg date: _____
Chasis No: _____	Type: _____ Mileage: _____
Engine No: _____	

**Customer complaint:**

---

**Supporting Document:**

TIPS Doc No: \_\_\_\_\_

WIS Doc No: \_\_\_\_\_

SD media: \_\_\_\_\_

Spare Parts No: \_\_\_\_\_

**Measurement Type / Guidance test:**

	Spesifikasi	Aktual
Pengukuran Mekanis		
Pengukuran elektik		
Print out DAS/Xentry		

**Workshop findings:**

	Ada	Tidak ada
Photo (# lembar)		
Video (nama file)		
Area kerusakan (Lampiran gambar pada EPC)		
Note		

**Rectification:**

---

Workshop report digunakan untuk mencatat hasil analisa mekanik dengan menyertakan langkah-langkah diagnosis dan temuannya selama diagnosa.

\_\_\_\_\_  
Mechanic

\_\_\_\_\_  
Supervisor/Mgr



Mercedes-Benz

PT. Mass Sarana Motorama  
Jl. Jend. Sudirman no. 8  
Jakarta 10220  
Phone : (021) 29772600  
24 Hrs : 0815 939 8575

### Final Quality Control Report

Pelanggan : \_\_\_\_\_  
 No. W.O. : \_\_\_\_\_  
 Tanggal : \_\_\_\_\_

No. Polisi : \_\_\_\_\_  
 Km Stand : \_\_\_\_\_  
 Model : \_\_\_\_\_  
 No. Chassis : \_\_\_\_\_

Diperiksa dan di coba oleh : \_\_\_\_\_  
 Nama : \_\_\_\_\_  
 Tanggal : \_\_\_\_\_

#### Periksa Fungsi

Semua Indicator dan lampu2  
 Sistem kemudi  
 Klakson  
 Lampu luar dan lampu dalam  
 Peralatan electrical  
 Sistem pengunci  
 Pengelepasan rem

#### Cek pisk (visual)

Mesin  
 Perseneling  
 Gardan Belakang  
 Sistem Kemudi  
 Sistem Bahan Bakar  
 Sistem Pendingin  
 Selang Rem, Pipa2 dan sambungan  
 Kondisi pisk ban termasuk ban serep  
 Kebersihan luar dan dalam

#### Pengecekan bagian lain

Wiper Blade  
 Nozle penyemprot air  
 Tekanan Ban  
 Lampu bagasi  
 Bagian bawah kendaraan  
 Kekencangan Baut roda

#### Cek Cairan

Mesin  
 Transmisi  
 Radiator  
 Power Steering  
 Battery  
 Air pembersih Kaca depan

#### Pengecekan Akhir

Check Work Performance

Setelah selesai pekerjaan yang diminta, kami,  
telah melakukan pengecekan terakhir dengan hasil sbb :

.....  
 Jakarta .....

Service Advisor \_\_\_\_\_

Pelanggan \_\_\_\_\_



Mercedes-Benz

PT MASS SARANA MOTORAMA  
(NV MASS)  
Authorized Mercedes-Benz Dealer  
Passenger Car

Nomor : 149/NV.MASS/HRGA/II/2015  
Hal : Jawaban Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Kepada Yth.

Kepala Biro Administrasi Universitas Negeri Jakarta  
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jln. Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telp /Fax : 021- 4893854, 4893918

**U.p : Bpk. Drs. Syaifuliah**

Dengan hormat,


Menindak lanjuti Surat Permohonan Bapak No. 1728/UN39.12/KM/2015 mengenai pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL), maka dengan ini kami menyetujui permohonan Bapak dan kami menjadwalkan pada tanggal 01 Juni s.d 31 Agustus 2015 (3) bulan :

Adapun Mahasiswi yang melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) adalah :

Nama : Sdri. Azizah Zuhriani  
No. Registrasi : 8223136609  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
No. HP : 0878 8741 9856

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Jakarta, 14 April 2015  
PT. MASS SARANA MOTORAMA (NV. MASS),

  
**N. V. MASS**  
Motor Automotive Sales & Service  
Andjani M. Salib, SH  
HR & GA Manager

Jl. Jendral Sudirman 8.  
Jakarta 10220 Indonesia  
Telp. 021.5733193-5, 5704557, 5720647  
Fax. 021.5736948

# PRICE LIST 2015

Per Juni 2015



**Mercedes-Benz**  
PT. Mass Sarana Motorama  
( NV. MASS )

TYPE	CC / HP	Off The Road ( Rp )	Estimasi BBN	On The Road ( Rp )
<b>A - Class</b>				
A 200 URBAN (W176)*	1600 / 156	539,000,000	61,200,000	600,200,000
A 250 SPORT (W176)*	2000 / 211	679,000,000	76,500,000	755,500,000
<b>AMG GT-S ( CBU )</b>	<b>4750 / 650</b>	<b>3,899,000,000</b>	<b>459,000,000</b>	<b>4,358,000,000</b>
B 200 URBAN (W246)*	1600 / 156	499,000,000	56,000,000	555,000,000
B 200 SPORT (W246)*	1600 / 156	565,000,000	56,000,000	621,000,000
<b>C - Class</b>				
<b>C 200 AVA (W205)* CKD</b>	<b>2000 / 184</b>	<b>719,000,000</b>	<b>82,000,000</b>	<b>801,000,000</b>
<b>C 250 AMG (W205)* CKD</b>	<b>2000 / 211</b>	<b>819,000,000</b>	<b>99,000,000</b>	<b>918,000,000</b>
<b>C 250 Ava Exclusive (W205)* CKD</b>	<b>2000 / 211</b>	<b>769,000,000</b>	<b>85,000,000</b>	<b>854,000,000</b>
C 250 CGI COUPE AMG (C204)*	1800 / 204	899,000,000	99,000,000	998,000,000
<b>CLA 200 SPORT (C117)*</b>	<b>1600 / 156</b>	<b>699,000,000</b>	<b>77,000,000</b>	<b>776,000,000</b>
<b>CLA 200 URBAN (C117)*</b>	<b>1600 / 156</b>	<b>649,000,000</b>	<b>77,000,000</b>	<b>726,000,000</b>
CLS 350 AMG (C218)*	3500 / 306	1,689,000,000	175,000,000	1,864,000,000
CLS 400 AMG DYNAMIC (C218)*		1,399,000,000	153,000,000	1,552,000,000
CLS 63 AMG (C218)*	6208 / 525	2,679,000,000	250,000,000	2,929,000,000
<b>S - Class</b>				
SLK 200 CGI (R172)*	1800 / 184	1,029,000,000	115,000,000	1,144,000,000
SLK 250 CGI (R172)*	1800 / 204	1,149,000,000	125,000,000	1,274,000,000
SLK 55 AMG (R172) *	-	2,339,000,000	185,000,000	2,524,000,000
<b>S 400 L EXCLUSIVE (V222) (CKD)</b>	<b>3000 / 231</b>	<b>2,089,000,000</b>	<b>232,000,000</b>	<b>2,321,000,000</b>
<b>S 400 L EXCLUSIVE (V222) (CBU)</b>	<b>3000 / 231</b>	<b>2,379,000,000</b>	<b>256,000,000</b>	<b>2,635,000,000</b>
<b>S 500 MAYBACH ( CBU )</b>	<b>3500 / 700</b>	<b>4,999,000,000</b>	<b>586,000,000</b>	<b>5,585,000,000</b>
<b>E - Class</b>				
E 200 FL (W212) (MY03/13)	1800 / 204	849,000,000	94,000,000	943,000,000
E 250 CDI FL (W212) (MY04/13)	1800 / 204	939,000,000	103,000,000	1,042,000,000
E 250 CGI A/T AVA AMG (W212)	1800 / 204	1,019,000,000	108,000,000	1,127,000,000
E 250 FL (W212) (MY03/13)	1800 / 204	1,049,000,000	108,000,000	1,157,000,000
E 250 CABRIO AMG FL (A207)*	1800 / 204	1,329,000,000	149,000,000	1,478,000,000
E 250 CGI COUPE A/T AVA AMG (C207)*	1800 / 204	1,249,000,000	108,000,000	1,357,000,000
E 250 COUPE AMG FL (C207)*	1800 / 204	1,289,000,000	141,000,000	1,430,000,000
<b>E 400 AMG FL (W212) (MY06/13)</b>	<b>3000 / 231</b>	<b>1,269,000,000</b>	<b>137,000,000</b>	<b>1,406,000,000</b>
<b>E 400 AMG DYNAMIC (W212)</b>	<b>3000 / 231</b>	<b>1,299,000,000</b>	<b>153,000,000</b>	<b>1,452,000,000</b>
<b>G - Class</b>				
GL 400 (X166)	3200 / 306	1,699,000,000	184,000,000	1,883,000,000
<b>GLA 200 SPORT (X156)*</b>	<b>1600 / 156</b>	<b>649,000,000</b>	<b>72,000,000</b>	<b>721,000,000</b>
<b>GLA 200 SPORT NR (X156)*</b>	<b>1600 / 156</b>	<b>629,000,000</b>	<b>72,000,000</b>	<b>701,000,000</b>
<b>GLA 200 URBAN (X156)*</b>	<b>1600 / 156</b>	<b>599,000,000</b>	<b>72,000,000</b>	<b>671,000,000</b>
<b>M - Class</b>				
ML 250 CDI A/T (W166)	2200 / 204	1,049,000,000	108,000,000	1,157,000,000
ML 400 A/T (W166)	3000 / 272	1,189,000,000	128,000,000	1,317,000,000

**Ket :**

- Terima Trade In
- Harga tidak mengikat dan dapat berubah sewaktu-waktu
- BBN khusus wilayah Jakarta
- Cash & Credit 1 - 5 th
- BBN tidak mengikat (Pajak progresif Beban pembeli )

**AMG GT-S Penambahan Harga Pada Warna :**

1. AMG Solarbeam : 360.000.000,-
  2. Designo paint : 140.000.000,-
- ( Code : 297, 799, 982, 996 )

**Aftersales service**

- Warranty & ISP 3 tahun tanpa batas kilometer
- Jaminan Suku Cadang Asli Bergaransi
- Free Pickup & Delivery
- Booking Service No.Hp : 0815-85000.188**
- Layanan 24 jam. Hp. 0815-939.8575



**NV MASS**  
**PT. MASS SARANA MOTORAMA**

**SERVICE PARTS REQUISITION**

No 21903

<u>Customer</u>		<u>Cust No.</u>	<u>Type</u>	<u>Chs :</u>		<u>Time Pm.</u>
				<u>Eng :</u>		
<u>No.</u>	<u>Description</u>	<u>Part Number</u>	<u>Qty</u>	<u>Unit Price</u>		<u>Total</u>
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						
<u>Date</u>	<u>Foreman/Supervisor</u>	<u>Mechanic</u>	<u>Issue date</u>	<u>Posted by</u>		



Building  
Future  
Leaders

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285  
[www.unj.ac.id/fe](http://www.unj.ac.id/fe)

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : AZIZAH ZUHRANI  
No. Registrasi : 8223136609  
Program Studi : D3 MANAJEMEN PEMASARAN  
Tempat Praktik : PT. MASS SARANA MOTORAMA (NU. MASS)  
Alamat Praktik/Telp : JLN. JEND. SUDIRMAN KAV. 8 DAK-PUS

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 3 Agustus 2015	1. <i>ke</i>	
2.	Selasa, 4 Agustus 2015	2. <i>ke</i>	
3.	Rabu, 5 Agustus 2015	3. <i>ke</i>	
4.	Kamis, 6 Agustus 2015	4. <i>ke</i>	
5.	Jumat, 7 Agustus 2015	5. <i>ke</i>	
6.	Senin, 10 Agustus 2015	6. <i>ke</i>	
7.	Selasa, 11 Agustus 2015	7. <i>ke</i>	
8.	Rabu, 12 Agustus 2015	8. <i>ke</i>	
9.	Kamis, 13 Agustus 2015	9. <i>ke</i>	
10.	Jumat, 14 Agustus 2015	10. ....	
11.	.....	11. ....	
12.	.....	12. ....	
13.	.....	13. ....	
14.	.....	14. ....	
15.	.....	15. ....	

Jakarta, 14 Agustus 2015

Penilai,

N. V. MASS  
Automotive Sales & Service

(ANDIANI M SALIB. SH)

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



Building  
Future  
Leaders

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

[www.unj.ac.id/fe](http://www.unj.ac.id/fe)

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : AZIZAH ZUHRANI  
No. Registrasi : 822 313 6609  
Program Studi : D3 MANAJEMEN PEMASARAN  
Tempat Praktik : PT. MASS SARANA MOTORAMA (NV. MASS)  
Alamat Praktik/Telp : JLN. JEND. SUDIRMAN 8 JAK- PUS /

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 13 Juli 2015	1. ✓	
2.	Selasa, 14 Juli 2015	2. ✓	
3.	Rabu, 15 Juli 2015	3. ✓	
4.	Kamis, 16 Juli 2015	4. ....	Libur Idul Fitri
5.	Jumat, 17 Juli 2015	5. ....	Libur Idul Fitri
6.	Senin, 20 Juli 2015	6. ....	Libur Idul Fitri
7.	Selasa, 21 Juli 2015	7. ....	Libur Idul Fitri
8.	Rabu, 22 Juli 2015	8. ✓	
9.	Kamis, 23 Juli 2015	9. ✓	
10.	Jumat, 24 Juli 2015	10. ✓	
11.	Senin, 27 Juli 2015	11. ✓	
12.	Selasa, 28 Juli 2015	12. ✓	
13.	Rabu, 29 Juli 2015	13. ✓	
14.	Kamis, 30 Juli 2015	14. ✓	
15.	Jumat, 31 Juli 2015	15. ✓	

Jakarta, 14 Agustus 2015

Penilai,

N.V. MASS

Motor Automotive Sales & Service

(ANDIANI M. SAHIB, SH.)

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



Building  
Future  
Leaders

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

[www.unj.ac.id/fe](http://www.unj.ac.id/fe)

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : AZIZAH ZUHRANI  
No. Registrasi : 8223136609  
Program Studi : D3 MANAJEMEN PEMASARAN  
Tempat Praktik : PT. MASS SARANA MOTORAMA (NV-MASS)  
Alamat Praktik/Telp : JLN. JEND. SUDIRMAN KAV.8 DAK-PUS

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 22 Juni 2015	1. <i>be</i>	
2.	Selasa, 23 Juni 2015	2. <i>be</i>	
3.	Rabu, 24 Juni 2015	3. <i>be</i>	
4.	Kamis, 25 Juni 2015	4. <i>be</i>	
5.	Jumat, 26 Juni 2015	5. <i>be</i>	
6.	Senin, 29 Juni 2015	6. <i>be</i>	
7.	Selasa, 30 Juni 2015	7. <i>be</i>	
8.	Rabu, 1 Juli 2015	8. <i>be</i>	
9.	Kamis, 2 Juli 2015	9. <i>be</i>	
10.	Jumat, 3 Juli 2015	10. <i>be</i>	
11.	Senin, 6 Juli 2015	11. <i>be</i>	
12.	Selasa, 7 Juli 2015	12. <i>be</i>	
13.	Rabu, 8 Juli 2015	13. <i>be</i>	
14.	Kamis, 9 Juli 2015	14. <i>be</i>	
15.	Jumat, 10 Juli 2015	15. <i>be</i>	

Jakarta, 14 Agustus 2015

Penilai,

**N.V. MASS**

Motor Automotive Sales & Service

(ANDIANI U. SALIB SH)

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



Building  
Future  
Leaders

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

[www.unj.ac.id/fe](http://www.unj.ac.id/fe)

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : AZIZAH ZUHRANI  
No. Registrasi : 8223136009  
Program Studi : D3 MANAJEMEN PEMASARAN  
Tempat Praktik : PT. MASS SARANA MOTORAMA (NV. MASS)  
Alamat Praktik/Telp : JLN. JEND. SUDIRMAN 8 JAK- PUS /

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 1 Juni 2015	1. <i>U</i>	
2.	Selasa, 2 Juni 2015	2. ....	Libur Waisak
3.	Rabu, 3 Juni 2015	3. <i>U</i>	
4.	Kamis, 4 Juni 2015	4. ....	
5.	Jumat, 5 Juni 2015	5. <i>U</i>	
6.	Senin, 8 Juni 2015	6. <i>U</i>	
7.	Selasa, 9 Juni 2015	7. <i>U</i>	
8.	Rabu, 10 Juni 2015	8. <i>U</i>	
9.	Kamis, 11 Juni 2015	9. <i>U</i>	
10.	Jumat, 12 Juni 2015	10. <i>U</i>	
11.	Senin, 15 Juni 2015	11. <i>U</i>	
12.	Selasa, 16 Juni 2015	12. ....	
13.	Rabu, 17 Juni 2015	13. ....	
14.	Kamis, 18 Juni 2015	14. <i>U</i>	
15.	Jumat, 19 Juni 2015	15. <i>U</i>	

Jakarta, 14 Agustus 2015

Penilai,

N. V. MASS

Motor Automotive Sales & Service

(ANDIANI M SALIB. SH)

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



Building  
Future  
Leaders

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

www.unj.ac.id/fe

PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROGRAM DIPLOMA III  
..... SKS

Nama : AZIZAH ZUHRANI  
No.Registrasi : 822 313 6609  
Program Studi : D3 - Management Pemasaran  
Tempat Praktik : PT. MASS SARANA MOTORAMA (NV.MASS)  
Alamat Praktik/Telp : JL. JEND. SUDIRMAN KAV 8  
JAKARTA PUSAT 10220

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 50-100	KETERANGAN				
1	Kehadiran	100	1. Keterangan Penilaian :  Skor Nilai Predikat 80-100 A Sangat baik 70-79 B Baik 60-69 C Cukup 55-59 D Kurang				
2	Kedisiplinan	100					
3	Sikap dan Kepribadian	90					
4	Kemampuan Dasar	92					
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	85					
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil	90					
7	Keputusan	86	2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan)				
8	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	90					
9	Aktivitas dan Kreativitas	92	Nilai Rata-rata :  $\frac{912}{10 \text{ (sepuluh)}} = 91,2$				
10	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas Hasil Pekerjaan	87					
Jumlah		912	Nilai Akhir : <table border="1"><tr><td>9</td><td>Sembilan</td></tr><tr><td>Angka bulat</td><td>huruf</td></tr></table>	9	Sembilan	Angka bulat	huruf
9	Sembilan						
Angka bulat	huruf						

Jakarta, 14 Agustus 2015  
Penilai,  
  
ANDIANI M. SALIB. SH  
N.V. MASS  
Motor Automotive Sales & Service

Catatan :  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285  
www.uni.ac.id/fe

*Evaluasi  
Futures  
Leaders*

KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN PENULISAN PKL

1. Nama Mahasiswa : AZIZAH ZUHRANI
2. No.Registrasi : 822 313 6609
3. Program Studi : D3 PEMASARAN
4. Dosen Pembimbing : Dra. Basrah Saiani, M. Si  
NIP. 19630119 1992 032001

5. Judul PKL : Laporan Praktek Kerja  
Lapangan : PT. Mass Sarana Motorama  
(NV NASS) Sudirman, Jakarta

NO	TGL/BLN/THN	MATERI KONSULTASI	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	8 Oktober 2015	Bab 1	Perbaiki: Perbaiki cetakan huruf miring	<i>[Signature]</i>
2		Bab 2	Cara mengatasi kendala di lapangan & disertai teori	
3		Bab 3	Kesimpulan harus sesuai dengan tujuan	
4		Bab 4		
5				
6	8 Desember	Bab 1	- Maksud & Tujuan dibuat point	<i>[Signature]</i>
7		Bab 3	- Cara Mengatasi kendala di lapangan lagi teorinya	
8				
9		Bab 4	- Kesimpulananya harus sama dengan tujuan	<i>[Signature]</i>
10				
11				
12				

SETUJU UNTUK UJIAN PKL

- Catatan :
1. Kartu ini dibawa dan diandatangani oleh Pembimbing pada saat konsultasi
  2. Kartu ini dibawa pada saat ujian PKL, apabila diperlukan dapat dipergunakan sebagai bukti pembimbingan