

STRATEGI ONLINE AND SOCIAL MEDIA MARKETING PADA PT LIEK
MOTOR WALIKOTA MUSTAJAB

Gerry Alvian Hadinata

Jurusan/Program Studi : Manajemen

Pembimbing I : Dr. Dudi Anandya

Pembimbing II : Silvia Margaretha

ABSTRAK

PT Liek Motor Walikota Mustajab adalah salah satu *dealer* resmi mobil Toyota di bawah jaringan Toyota Astra Motor (TAM) yang didirikan oleh Bapak Liek Mulyanto sebagai Direktur Utama, Liek Motor Walikota Mustajab selalu berusaha memberikan layanan yang terbaik kepada setiap pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji teori *online and social media marketing* pada divisi *sales* khususnya di bagian *salesman* di tempat praktik kerja lapangan.

Penelitian dilakukan dengan melakukan internship di PT Liek Motor Walikota Mustajab Surabaya yang terletak di Jalan Walikota Mustajab 2-4, Surabaya. *Intership* atau kerja lapangan dilakukan selama 8 minggu atau 256 jam kerja di divisi *sales* bagian *saleman*. Pengamatan selama melakukan praktik kerja lapangan akan digunakan untuk membahas lebih dalam mengenai penerapan *online and social media marketing* pada bagian *salesman* divisi *sales* di PT Liek Motor Walikota Mustajab dalam menerapkan keempat dimensi tersebut dalam menangani penjualan ke pelanggan.

Hasil pengamatan serta analisis selama melakukan kerja lapangan, diketahui bahwa divisi *salesman* belum dapat memenuhi seluruh kondisi yang dituangkan dalam setiap teori *online and social media marketing*. PT Liek Motor Walikota Mustajab menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara teori *promotion mix* dengan promosi yang dilakukan oleh divisi *salesman* di PT Liek Motor Walikota Mustajab. Bahwa promosi yang dilakukan oleh Liek Motor Walikota Mustajab masih kurang efektif.

Kata Kunci: *online and social media marketing*, divisi *salesman*, Toyota

*STRATEGY ONLINE AND SOCIAL MEDIA MARKETING ON PT LIEK MOTOR
WALIKOTA MUSTAJAB*

Gerry Alvian Hadinata

Dicipline/Study Programme : Management

Contributor : Dr. Dudi Anandya and Silvia Margaretha

ABSTRACT

PT Liek Motor Mayor Mustajab is one of the official Toyota car dealers under the Toyota Astra Motor (TAM) network established by Mr. Liek Mulyanto as Managing Director, Liek Motor Mustajab Mayor always tries to provide the best service to each of his customers. This study aims to test the theory of online and social media marketing in the sales division, especially in the salesman section in the field of work practice. The study was conducted by conducting internship at PT. Liek Motor Mayor Mustajab Surabaya, located on Jalan Mayor Mustajab 2-4, Surabaya.

Intership or fieldwork is carried out for 8 weeks or 256 working hours in the Saleman sales division. Observations during field work practice will be used to discuss more deeply the implementation of online and social media marketing at the sales division salesman at PT Liek Motor Mayor Mustajab in applying these four dimensions in handling sales to customers.

The results of observation and analysis during fieldwork, it is known that the salesman division has not been able to fulfill all the conditions as outlined in every theory of online and social media marketing. PT Liek Motor Mayor Mustajab shows a mismatch between the promotion mix theory and the promotion carried out by the salesman division at PT Liek Motor Mayor Mustajab. That the promotion conducted by Mustajab Mayor Motor Liek is still ineffective.

Keyword: *online and social media marketing, divisi salesman, Toyota*