

ABSTRAK

Saat *pandemic* Covid-19 masih terjadi di Indonesia. Salah satu sektor yang terdampak *pandemic* adalah rental mobil terutama musim mudik dan lebaran. Mendekati lebaran, ketika kondisi normal sebelum pandemi, pemesanan mobil untuk mudik biasanya ramai. Sedangkan sejak tahun lalu, pemesanan mobil untuk keperluan mudik masih sedikit. Beberapa pemilik rental mobil Indonesia memiliki strategi untuk menawarkan jasanya kepada *corporate*. Dengan fokus kontrak jangka Panjang akan lebih menguntungkan dibanding untuk perorangan saat itu. Menurut mereka kebanyakan pengguna pribadi menggunakan jasa rental mobil di saat hari libur nasional atau hari libur setiap pekannya. Terutama, pada awal bulan atau akhir bulan pengguna jasa akan menyewa dengan durasi 2 sampai 3 hari untuk tujuan wisata. PT. Mitra Alya Rizky dengan *brand* nya Mitra Rent Car ini melakukan *Marketing Communication* dengan cara membangun online *engagement* antara jasa terhadap *audience* nya melalui konten-konten pemasaran yang dibuat oleh nya agar mendapatkan *customer* untuk melakukan penggunaan terhadap jasa nya. Pentingnya *feedback* ini juga diungkapkan praktisi pemasaran *online* dan penulis beberapa buku tentang media sosial Jason Falls, melalui artikel tentang *engagement* di media sosial

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan jasa rental Mitra Rent Car Adapun yang menjadi latar belakang penulisan ini karena ingin menambah wilayah pemasaran selain di Jakarta Selatan. Karena disebabkan masih kurangnya orang mengetahui dari pemilik *small business* Mitra Rent Car pentingnya Branding produk, serta belum adanya sarana dan prasarana yang menunjang dalam membantu dalam meningkatkan konsumen Mitra Rent Car.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi. Data yang telah didapat dianalisis keabsahannya dengan menggabungkan jawaban dan mengambil kesimpulan dari hasil wawancara dengan Informan.

Hasil dari penelitian menemukan bahwa aktivitas personal selling yang dilakukan oleh PT. Mitra Rent Car sudah berjalan dengan baik karena mampu mendapatkan *engagement* dan *awareness* terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan yang di targetkan oleh perusahaan. Akan tetapi masih butuh inovasi dan kreativitas untuk seorang sales dalam menjalankan tugasnya, karena banyak pesaing yang semakin ketat di setiap penjualan yang dilakukan. Selain itu Ketika ada admin sosial media juga harus mengikuti pelatihan-pelatihan yang memberikan dampak positif bagi seorang sosial media *handling* untuk meningkatkan kapasitas sebagai seorang admin agar mampu meningkatkan konten yang bagus di setiap bulannya.

Kata Kunci : *Engagement, Mitra Rent Car*