



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

LAPORAN KERJA MAGANG

PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM BENTUK *DATA ANALYST* UNTUK MENINGKATKAN *USER ACQUISITION* PADA DANA INDONESIA



Nama : Marchellino Imam Alhady
NIM : 14130110036
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2019

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
PERAN DIGITAL MARKETING DALAM BENTUK *DATA*
***ANALYST* UNTUK MENINGKATKAN USER ACQUISITION**
PADA DANA INDONESIA

Oleh:

Nama Penyusun : Marchellino Imam Alhady

Nomor Induk Mahasiswa : 14130110036

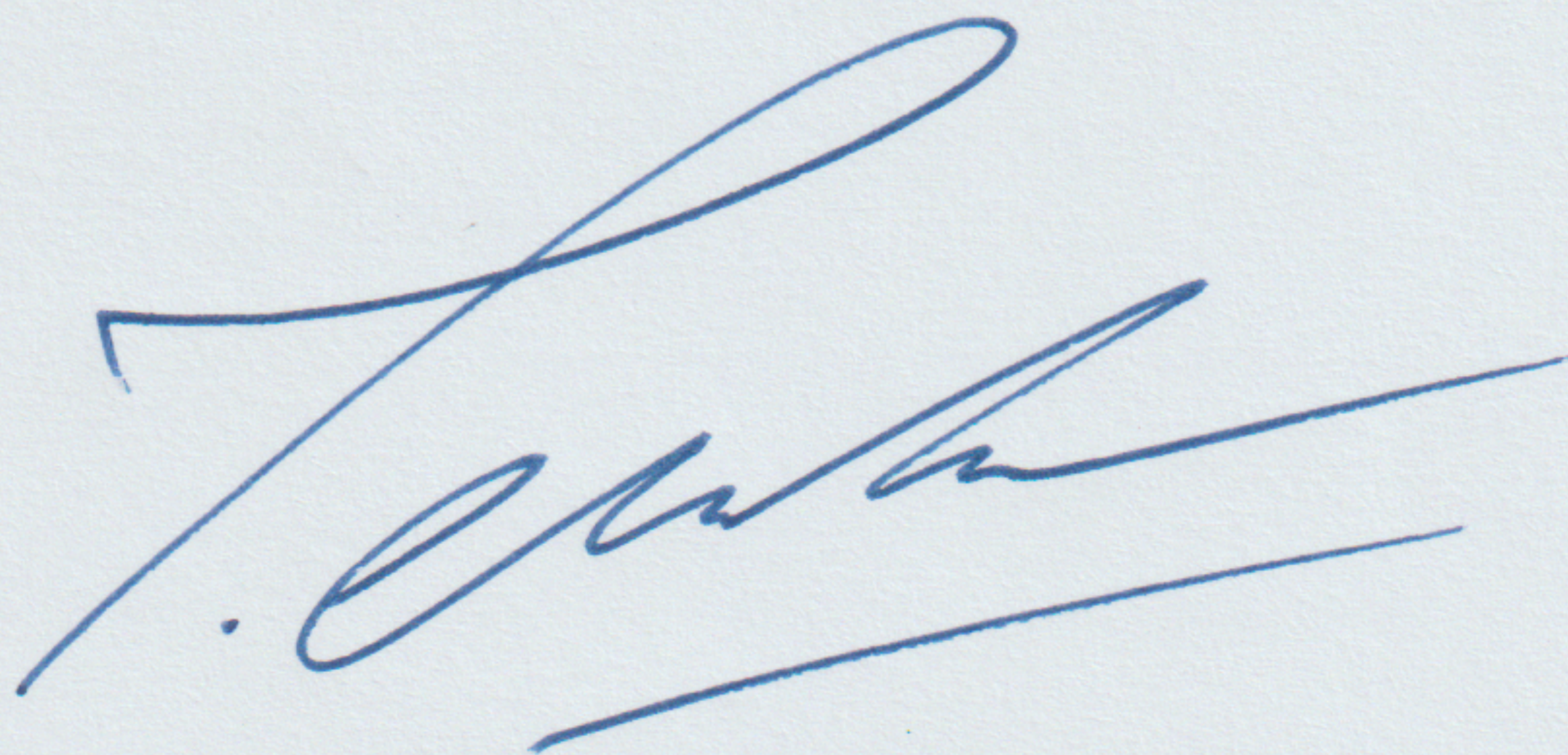
Fakultas : Bisnis

Jurusan : Manajemen

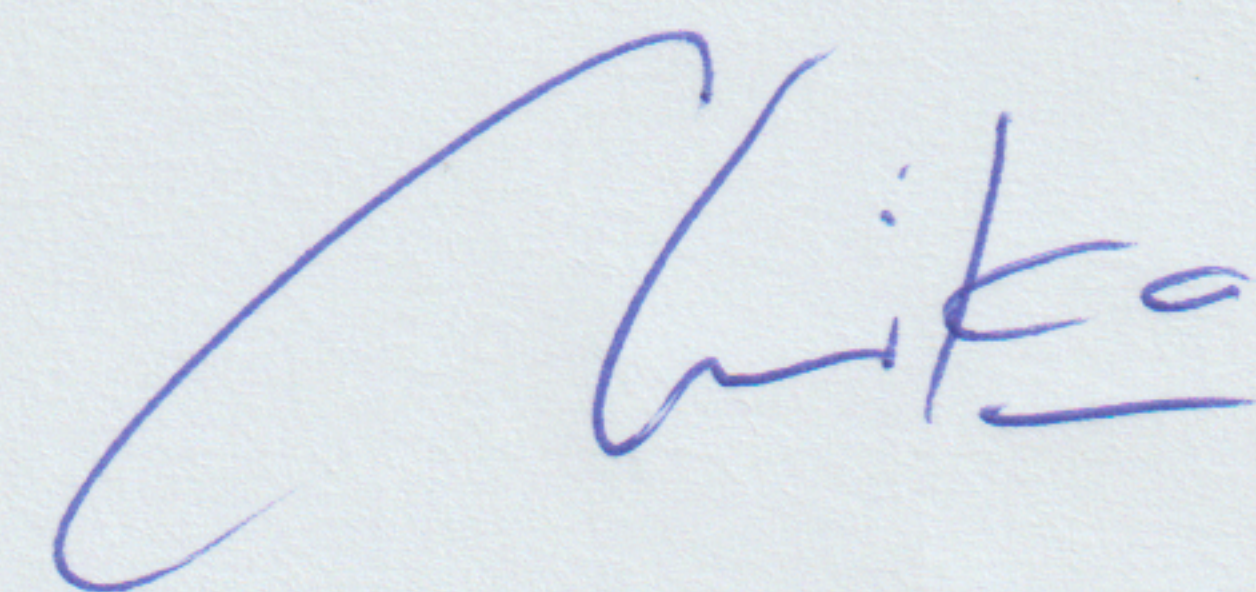
Tangerang, 17 Oktober 2019

Pembimbing,

Penguji



Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc

Mengetahui:

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par.,M.M.,CSCP

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Marchellino Imam Alhady
NIM : 14130110036
Program Studi : Manajemen Bisnis

Menyatakan bahwa saya telah melakukan kerja magang:

Nama Perusahaan : PT ESPAY DEBIT INDONESIA KOE
Divisi : *Digital Marketing Intern*
Alamat : Capital Place 18th Floor, Jl. Jend. Gatot
Subroto. Kav. 18, South Jakarta
Periode Magang : 12 Febuari 2019 – 12 Mei 2019
Pembimbing Lapangan : Bapak Rinaldi Yudakusumah

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam laporan ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau dari penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya. Dan selain itu seluruh data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data asli yang tidak saya manipulasi.

Apabila ditemukan kecurangan atau plagiat dalam laporan magang ini, saya bersedia menerima konsekuensi yang telah ditentukan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 17 September 2019

Yang membuat pernyataan



Marchellino Imam Alhady

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul “Peran *Digital Marketing* Dalam Bentuk *Data Analyst* Untuk Meningkatkan *User Acquisition* Pada DANA Indonesia” yang menjadi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata satu program studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

Selama proses penyelesaian praktik magang ini, penulis mendapatkan banyak pengalaman dan pengetahuan yang berguna dari para dosen yang siap untuk membantu. Semoga, penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada akademisi, praktisi, dan masyarakat umum mengenai ilmu pemasaran. Penulisan penelitian ini tidak akan rampung apabila penulis tidak mendapatkan bimbingan, arahan, petunjuk, saran, penyemangat dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan penelitian ini sehingga dapat berjalan dengan baik. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak:

1. Kepada tuhan yang maha esa Allah S.W.T telah memberikan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan kerja magang ini.
2. Kepada kedua orang tua saya serta kedua adik penulis yang selalu memberi *support* dan doa kepada penulis.
3. Bapak Trihadi Pudiawan Erhan sebagai dosen pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan dan masukan kepada penyusunan laporan praktik kerja magang.
4. Bapak Muhammad Annas selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Bapak Rinaldi Yudakusumah dan Bapak Doddy Gunawan *Digital marketing senior manager* yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang selama 60 hari kerja di PT Espay Debit Indonesia Koe

6. Andy Yang selaku rekan kerja magang penulis yang bersama-sama menjalankan pekerjaan di DANA Indonesia
7. Karyawan PT Espay Debit Indonesia Koe yang juga senantiasa memberikan masukan dan pembelajaran bagi penulis selama penulis berada di dalam pekerjaan
8. Yohanes Andy, Randy Rampengan, Deyna dan Ryan selaku sahabat penulis yang selalu memberi dukungan, doa dan semangat kepada penulis selama penyusunan laporan kerja magang ini sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Nada Fitrilia *HR Associate* yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk diteruskan kepada *user* agar penulis dapat melakukan kegiatan magang di PT Espay Debit Indonesia Koe
10. Serta yang terakhir kepada rekan-rekan perkuliahan yang senantiasa memberikan dukungan serta hiburan kepada penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang serta penyusunan laporan praktik kerja magang.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang sudah disebutkan namanya maupun belum. Penulis mengharapkan kritik dan saran dalam penulisan laporan kerja magang ini sehingga bias bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca.

Tangerang, 17 September 2019

Marchellino Imam Alhady

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	5
1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang	5
1.4.1 Waktu Kerja Magang	5
1.4.2 Prosedur Kerja Magang.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Laporan Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	8
2.2 Visi dan Misi	9
2.3 Struktur Organisasi.....	10
2.4 Landasan Teori	11
2.4.1 Marketing	11
2.4.2 E-Marketing	11
2.4.3 Digital Marketing	11
2.4.4 Social Media.....	12
2.4.5 Media Sharing	12
2.4.6 Brand Awareness	12
2.4.7 Marketing Funnel	13

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	15
3.2 Tugas yang Dilakukan	15
3.3 Uraian Pelaksanaan Magang	17
3.3.1 Proses pelaksanaan	17
3.3.2 Periode Praktik Kerja Magang	18
3.3.3 Kendala Yang Ditemukan	30
3.3.4 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan	32
3.4 Peranan Digital Marketing dalam meningkatkan <i>User Acquisition</i> DANA Indonesia	33
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	36
4.1 Kesimpulan	36
4.2 Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penetrasi Pengguna Internet Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Alasan Dalam Menggunakan Internet di Indonesia	2
Gambar 1. 3 Media Sosial yang Sering Dikunjungi di Indonesia.....	2
Gambar 1. 4 13 Saluran Media Paling Penting Bagi CMO	3
Gambar 1. 5 Audiensi Iklan Media Sosial	4
Gambar 2. 1 CEO DANA Indonesia Saat Peluncuran Resmi ke Publik	8
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi DANA Indonesia.....	10
Gambar 2. 3 Tiga Tipe Online Media	13
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Digital Marketing DANA	15
Gambar 3. 2 Tampilan Facebook Ads Reporting.....	18
Gambar 3. 3 Dashboard Appslyer	19
Gambar 3. 4 Dashboard IRA Attribution.....	20
Gambar 3. 5 Dashboard Google Ads	21
Gambar 3. 6 Reporting Internal	22
Gambar 3. 7 Fraud Checking Share It.....	23
Gambar 3. 8 Raw Data yang Diperoleh Dari Appsflyer	24
Gambar 3. 9 Tampilan Dashboard Protect 360 Appsflyer.....	24
Gambar 3. 10 Creative yang Dibuat Oleh Agency Yang Direview Oleh Penulis	25
Gambar 3. 11 Tampilan Dashboard Trello	26
Gambar 3. 12 Kartu yang Telah Dibuat di Trello dan Diisi Deskripsinya	27
Gambar 3. 13 Deck Presentasi Marketing Funnel	28
Gambar 3. 14 Deck Presentasi Distribusi Registrasi	28
Gambar 3. 15 Deck Presentasi Organic vs Paid.....	29
Gambar 3. 16 Deck Presentasi Performa per Channel.....	30
Gambar 3. 17 Digital Marketing Funnel	33
Gambar 3. 18 Mobile App Marketing Funnel.....	34

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Uraian pekerjaan	16
---	----