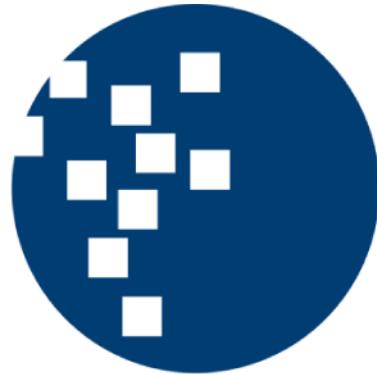


**AKTIVITAS *BRAND MANAGEMENT* PADA
PT. ATUR TOKO SOLUSI INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

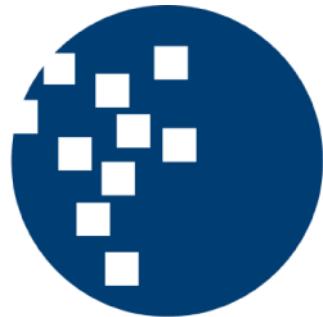
ANDREAS KEVIN TRIGUNA

00000027515

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2021**

**AKTIVITAS *BRAND MANAGEMENT* PADA
PT. ATUR TOKO SOLUSI INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

ANDREAS KEVIN TRIGUNA

00000027515

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang dengan judul “Aktivitas Brand Management pada PT. Atur Toko Solusi Indonesia”

Oleh

Nama : Andreas Kevin Triguna

NIM 00000027515

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Komunikasi Strategis

Telah diujikan pada hari Rabu, 05 Januari 2022

Pukul 11.00 s/d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Menyetujui,

Ketua Sidang

Azelia Faramita
S.Si, M.Si
2022.01.10
19:52:37
+07'00'

Azelia Faramita, S.Si,
M.M.

0308128501

Penguji



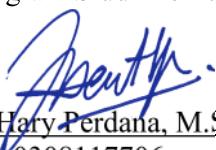
Nicky Stephani, S.Sos., M.Si.
0405099105

Pembimbing I

Azelia Faramita
S.Si, M.Si
2022.01.10
19:53:03 +07'00'
Azelia Faramita, S.Si, M.M.
0308128501

Mengetahui,

Ketua Program Studi Komunikasi



Inco Harry Perdana, M.Si.
0308117706

**Lembar Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat dalam Penyusunan
Laporan Kerja Magang**

Dengan ini saya,

Nama	:	Andreas Kevin Triguna
NIM	:	00000027515
Fakultas	:	Ilmu Komunikasi
Program Studi	:	Komunikasi Strategis

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang:

Nama Perusahaan	:	PT. Atur Toko Solusi Indonesia
Divisi	:	Brand Management
Alamat	:	Metropolitan Tower, Jl. R.A. Kartini Jl. TB Simatupang No.Kav. 14, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12430
Periode Magang	:	September 2021 – Desember 2021
Pembimbing Magang	:	Azelia Faramita, S.Si, M.M.

Laporan kerja magang yang dipaparkan adalah hasil karya saya sendiri, tidak pula melakukan plagiat. Semua sumber kutipan baik dari karya ilmiah atau lembaga lain telah saya cantumkan sumber kutipannya dan tertera di Daftar Pustaka.

Apabila hal ini terbukti di temukan kecurangan atau perilaku menyimpang baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima risiko dan konsekuensi dinyatakan tidak lulus mata kuliah kerja magang yang telah saya lalui.

Tangerang, 13 Desember 2021



Andreas Kevin Triguna

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Andreas Kevin Triguna
NIM : 00000027515
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

*"Aktivitas Brand Management
pada PT. Atur Toko Solusi Indonesia"*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Desember 2021

Yang menyatakan,



Andreas Kevin Triguna

ABSTRAK

E-commerce atau perdagangan secara elektronik dewasa ini semakin berkembang menggantikan toko tradisional (*offline*). *E-Commerce* merupakan sebuah proses jual - beli yang terjadi pada pemasaran barang serta jasa melalui sistem yang berbasis elektronik seperti radio, telepon pintar, televisi dan jaringan komputer atau internet. Seringkali ditemukan bahwa terdapat *brand* yang menggunakan banyak *platform marketplace* dan mengalami kesulitan dalam hal mengontrol toko di tiap *marketplace* tersebut. PT. Atur Toko Solusi Indonesia menawarkan jasa untuk mengatur kesulitan tiap *brand* dalam mengelola toko *online* kliennya. PT. Atur Toko Solusi Indonesia merupakan AturToko adalah perusahaan *Enabler E-Commerce* yang berfokus untuk membantu rekan-rekan pemilik *brand*, UMKM, dan korporasi agar mampu memaksimalkan *brandnya* untuk berjualan di *marketplace*. Penulis ditempatkan pada divisi *Brand Management* yang bertanggung jawab dalam memberikan solusi bisnis untuk para konsumen dan bertanggung jawab atas setiap bentuk unggahan produk dalam *marketplace*, tingkat penjualan, tingkat kunjungan toko, laporan biaya iklan dan semua kegiatan yang dilakukan dalam marketplace klien Atur Toko. Selama praktik kerja magang juga, banyak hal dan ilmu baru yang didapatkan dan bermanfaat dalam memahami kerja langsung di lapangan serta mendapatkan relasi - relasi baru di lingkungan usaha yang dilakukan. Pengalaman yang paling berharga juga yaitu diberi kesempatan mengikuti webinar dan diberi kesempatan untuk mengelola dari awal suatu *brand* yang baru terbentuk dan mendapat kepuasan dari klien Atur Toko Solusi Indonesia.

Kata kunci: *E-commerce*, Atur Toko Solusi Indonesia, Divisi *Brand Management*

ABSTRACT

E-commerce or electronic commerce today is growing to replace traditional (offline) stores. E-commerce is a buying and selling process that occurs in the marketing of goods and services through electronic-based systems such as radio, smart phones, television and computer networks or the internet. It is often found that there are brands that use many marketplace platforms and have difficulty controlling the stores in each of these marketplaces. PT. Set Toko Solusi Indonesia offers services to manage the difficulties of each brand in managing their clients' online stores. PT. Arrange Toko Solusi Indonesia is an E-Commerce Enabler company that focuses on helping fellow brand owners, MSMEs, and corporations to be able to maximize their brands to sell in the marketplace. The author is placed in the Brand Management division which is responsible for providing business solutions for consumers and is responsible for every form of product upload in the marketplace, sales level, store visit rate, advertising cost reports and all activities carried out in the Set Store client marketplace. During the internship, many new things and knowledge were obtained and were useful in understanding direct work in the field and gaining new relationships in the business environment. The most valuable experience was also being given the opportunity to take part in webinars and given the opportunity to manage from the beginning a newly formed brand and get satisfaction from the clients of AturToko Solusi Indonesia.

Keyword: E-commerce, Atur Toko Solusi Indonesia, Brand Management

Kata Pengantar

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kasih dan pertolongan-Nya, saya dapat menyelesaikan praktek kerja magang dan laporan praktek kerja magang di PT. Atur Toko Solusi Indonesia yang berjudul “*Laporan Kerja Magang Aktivitas Brand Management pada PT. Atur Toko Solusi Indonesia*”. Dalam proses penyusunan Laporan dan kerja magang ini, saya menerima banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, saya ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah mendukung dan membantu dalam kerja magang dan proses penyusunan laporan kerja magang ini.

1. Inco Hary Perdana S.I.Kom., M.Si., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, yang selalu membantu dan memberi arahan yang baik dalam penyelesain studi saya melalui perantara video maupun secara tatap muka.
2. Azelia Faramita, S.Si, M.M. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar membantu, mengingatkan, memberikan saya wejangan yang detail dan dukungan agar saya dapat menyelesaikan Laporan Kerja Magang.
3. Mama, Papa dan keluarga yang selalu membantu saat saya mengalami kesusahan dan selalu memberikan dukungan disaat saya merasa ingin menyerah karena saya tidak bisa menyelesaikan praktek kerja magang saya. Terima Kasih mama papa saya bangga memiliki kalian semua.

4. Ahmad Faqih Mauludi, selaku pembimbing lapangan yang selama saya menjalani kerja magang selalu membantu memberi arahan dan tugas sesuai dengan bidang komunikasi khususnya *brand management*.
5. Teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang selalu menemani saya makan, jalan-jalan dan membuat saya tertawa ditengah-tengah kesusahan saya mengerjakan laporan ini. Dan kepada Yansen yang selalu perhatian dengan saya dan memberikan saya semangat setiap hari dan selalu berinisiatif dan siap menjawab disaat saya membutuhkan pertolongan.
6. Jessica Nandita selaku teman hidup yang selalu menemani disaat suka maupun duka, hadir disetiap saat menjaga kala sakit maupun sedang mogok mengerjakan laporan magang.

Terima kasih dan Tuhan Memberkati.

Tangerang, 13 Desember 2021



Andreas Kevin Triguna

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Praktek Kerja Magang	
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	9
2. 1 Profil Perusahaan.....	9
2.2 Visi dan Misi PT. AturToko Solusi Indonesia	10
2.3 Struktur Organisasi PT. AturToko Solusi Indonesia.....	11
2.4 Ruang Lingkup Departemen Terkait.....	12
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	15
3.2 Tugas yang Dilakukan.....	15

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	19
3.3.1 Brand Management	20
3.4 Kendala Proses Kerja Magang	27
3.5 Solusi Atas Kendala yang ditemukan	28
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1 Kesimpulan	29
4.2 Saran.....	31
4.2.1 Saran Kepada Universitas Multimedia Nusantara	31
4.2.2 Saran Kepada PT. AturToko Solusi Indonesia	31
Daftar Pustaka	32

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo AturToko.....	10
Gambar 2.3.1 Struktur Organisasi PT. AturToko Solusi Indonesia.....	11
Gambar 2.3.2 Struktur Divisi Brand Management	12
Gambar 3.2 Realisasi Kerja Magang	16
Gambar 3.3.1 Analysis dan Market Research.....	20
Gambar 3.3.2 Rancangan Promosi Brand	22
Gambar 3.3.3 Skema Promosi Brand	23
Gambar 3.3.4 Kinerja Brand	23
Gambar 3.3.5 Meeting Laporan Kinerja Brand	24
Gambar 3.3.6 Analisis Brand	26