

**PERAN DAN IMPLEMENTASI BUSINESS DEVELOPMENT
PADA PERUSAHAAN SLC MARKETING, INC**



LAPORAN MAGANG

ANDREW CHRISTOPHER WIJAYA

0000035895

UMN

UNIVERSITAS

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS MANAJEMEN DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Andrew Christopher Wijaya

Nim : 00000035895

Program studi : Manajemen

Laporan Magang dengan judul:

“Peran dan Implementasi Business Development pada Perusahaan SLC Marketing, Inc” merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik, yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 28/06/22



(Andrew Christopher Wijaya)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “Peran dan Implementasi *Business Development* pada Perusahaan SLC Marketing, Inc” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Satu Jurusan Manajemen pada Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono MA, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., MM., CSCP, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Tessa Handra, S.E., M.T., sebagai Pembimbing pertama yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Kepada Dr. Sandy Wahyudi, selaku Pimpinan Perusahaan SLC Marketing, Inc.
6. Kepada Gregorius Satrio, sebagai *Supervisor* Perusahaan SLC Marketing, Inc yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan atas terselesainya program kerja magang ini.
7. Orang Tua saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.

Semoga laporan magang ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Surabaya, 18 Juni 2022



(Andrew Christopher Wijaya)

**PERAN DAN IMPLEMENTASI BUSINESS DEVELOPMENT PADA
PERUSAHAAN SLC MARKETING, INC
Andrew Christopher Wijaya**

ABSTRAK

Keseluruhan kegiatan organisasi, perusahaan atau industri pada dasarnya membutuhkan ilmu pemasaran/*marketing*. Oleh karena itu, pemasaran menjadi bagian yang sangat penting untuk mendukung proses kinerja perusahaan. Strategi pemasaran menjadi alat utama yang digunakan dalam mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan, Tjiptono Fandy (2008). Menurut Hassanien (2010) *Business Development* merupakan proses yang dilewati perusahaan dalam rangka meningkatkan performa dengan cara meningkatkan pada aspek produk dan jasa. Mengingat bahwa pentingnya menjalin hubungan kerja sama antara pihak perusahaan dan pemasaran, maka disini penulis ingin mengenal lebih dalam berkaitan dengan pekerjaan *business development* secara langsung dengan melaksanakan kegiatan magang di SLC Marketing, Inc. Magang merupakan bentuk implementasi mahasiswa bekerja secara langsung. Magang kerja ini merupakan suatu kegiatan praktik bagi mahasiswa dengan tujuan mendapatkan pengalaman dari kegiatan tersebut, yang nantinya dapat digunakan untuk pengembangan profesi. Pada pelaksanaan magang kerja ini penulis memilih SLC Marketing, Inc karena untuk dapat mengidentifikasi perusahaan-perusahaan yang sedang mengalami penurunan terutama dalam segi penjualan di tengah pandemi ini. Dari pelaksanaan magang yang telah dilakukan, penulis memperoleh banyak pengalaman berkaitan dengan *business development* diantaranya menganalisa kompetitor dan survey pasar serta beberapa pekerjaan sampingan seperti *content creator*, *business analyst*, dan *connect conference*.

Kata kunci : *Business development, SLC Marketing Inc, Magang*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ROLE AND IMPLEMENTATION OF BUSINESS DEVELOPMENT IN SLC MARKETING, INC COMPANIES

Andrew Christopher Wijaya

ABSTRACT

All activities of an organization, company, or industry basically require marketing/marketing knowledge. Therefore, marketing becomes a very important part to support the company's performance process. Marketing strategy is the main tool used in achieving company goals by developing a sustainable competitive advantage, Tjiptono Fandy (2008). According to Hassanien (2010), business development is a process that companies go through in order to improve performance by improving product and service aspects. Given that it is important to establish a cooperative relationship between the company and marketing, here the author wants to know more about business development work directly by carrying out internship activities at SLC Marketing, Inc. An internship is a form of implementation for students working directly. This internship is a practical activity for students with the aim of gaining experience from these activities, which can later be used for professional development. In carrying out this internship, the author chose SLC Marketing, Inc. to identify companies that are experiencing a decline, especially in terms of sales in the midst of this pandemic. From the implementation of the internship that has been carried out, the intern gains a lot of experience related to business development including analyzing competitors and market surveys as well as several side jobs such as content creator, business analyst, and connect conference.

Keywords : *Business development, SLC Marketing Inc, Internship*

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 MAKSUD DAN TUJUAN KERJA MAGANG.....	6
1.2.1 MAKSUD KERJA MAGANG.....	6
1.2.2 TUJUAN KERJA MAGANG.....	6
1.3 WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	7
1.3.1 WAKTU PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	7
1.3.2 PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	10
2.1 SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN.....	10
2.1.1 VISI DAN MISI PERUSAHAAN.....	13
2.2 STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN.....	13
2.3 KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.3.1 MANAJEMEN.....	20
2.3.2 FUNGSI MANAJEMEN.....	21
2.3.3 MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN.....	22
2.3.4 MANFAAT MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN.....	23
2.3.5 PERANAN MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN.....	24
2.3.6 SKILL MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN.....	25
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	27
3.1 KEDUDUKAN DAN KOORDINASI.....	27
3.2 TUGAS DAN URAIAN KERJA MAGANG.....	27

3.2.1 TUGAS KERJA MAGANG.....	27
3.2.2 URAIAN KERJA MAGANG	29
3.2.3 KENDALA YANG DITEMUKAN	55
3.2.4 SOLUSI ATAS KENDALA YANG DITEMUKAN	56
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	58
4.1 SIMPULAN	58
4.2 SARAN	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	61



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	7
Tabel 3.1 Bagan Kedudukan dan Koordinasi	27
Tabel 3.2 Skrip Youtube Stupid Case	33
Tabel 3.3 Review Podcast	34
Tabel 3.4 Analisis Kompetitor Tidar Property dengan PJM Group	38
Tabel 3.5 Listing Online Shop dari Competitor Zensei Popoku	39
Tabel 3.6 Kuesioner Survei Pasar Investasi	71
Tabel 3.7 Laporan Bulanan Sosial Media	45
Tabel 3.8 Rekap Data Narasumber	77
Tabel 3.9 Listing Scoring Awarding	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jalinan 5C dari SLC Marketing, Inc.....	3
Gambar 1.2 Data terkait Peran Business Development dalam Efektivitas Sales.....	5
Gambar 2.1 Logo SLC Marketing, Inc	10
Gambar 2.2 Pendiri SLC Marketing, Inc	10
Gambar 2.3 Program-Program SLC Marketing, Inc	11
Gambar 2.4 Lisensi dan Sertifikast SLC Marketing, Inc	12
Gambar 2.5 Struktur Organisasi Perusahaan	19
Gambar 3.1 Konten Branding The Power of Branding.....	31
Gambar 3.2 Konten Investasi dan Perpajakan	32
Gambar 3.3 Review Competitor PT AEH	39
Gambar 3.4 Infographic Investasi	44
Gambar 3.5 Whitepaper Personal Branding.....	46
Gambar 3.6 Video Tutorial Webinar Metaverse.....	51
Gambar 3.7 Webinar Metaverse	51
Gambar 3.8 Powerpoint Masterclass Workshop.....	52
Gambar 3.9 Powerpoint Technical Meeting Overcome.....	53
Gambar 3.10 Sesi Penghargaan Awarding.....	54
Gambar 3.11 Snack Time Bersama Peserta Webinar	55
Gambar 3.12 Acara Overcome Bersama Rekan Kerja.....	55

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM 01	64
B. Kartu MBKM 02	65
C. Daily Task MBKM 03.....	66
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04	77
E. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	78
F. Formulir Konsultasi Bimbingan	84
G. Foto Dokumentasi Kegiatan Magang.....	85

