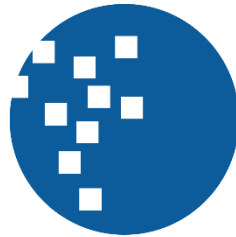


**PERAN *MONITORING SALES* DAN *SOCIAL MEDIA*
MANAGING DALAM *DEPARTMENT MARKETING*
PT. GAVI UNGGUL NIAGA ANDIKA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Louis Ardiyanto

0000043317

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

**PERAN *MONITORING SALES* DAN *SOCIAL MEDIA*
MANAGING DALAM DEPARTEMEN *MARKETING*
PT. GAVI UNGGUL NIAGA ANDIKA**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen Bisnis

Louis Ardiyanto

00000043317

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

i



HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Louis Ardiyanto
Nomor Induk Mahasiswa : **00000043317**
Program studi : Manajemen Bisnis

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

“Peran *Monitoring Sales* dan *Social Media Managing* dalam Departemen *Marketing* PT. Gavi Unggul Niaga Andika”

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 maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 21 Juni 2023



Louis Ardiyanto

NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN *MONITORING SALES* DAN *SOCIAL MEDIA* *MANAGING* DALAM DEPARTMENT *MARKETING* PT. GAVI UNGGUL NIAGA ANDIKA

Oleh

Nama : Louis Ardiyanto

NIM : 00000043317

Program Studi : Manajemen

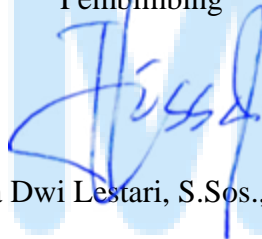
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Laporan Kerja Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 21 Juni 2023


Pembimbing



Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M

0306088501

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.

0323047801

iii

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

**PERAN *MONITORING SALES* DAN *SOCIAL MEDIA*
MANAGING DALAM DEPARTEMEN *MARKETING*
PT. GAVI UNGGUL NIAGA ANDIKA**

Oleh
Nama : Louis Ardiyanto
NIM : 00000043317
Program Studi : Manajemen Bisnis
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari 7 Juli 2023,
Pukul 11.00 s/d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

12-07-2023

Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M

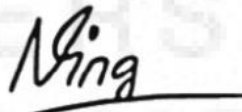
0306088501

Penguji

Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.

0320089001

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.

0323047801

iv

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Louis Ardiyanto

NIM : 00000043317

Program Studi : Bisnis

Fakultas : Manajemen Bisnis

JenisKarya : Laporan MBKM

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

PERAN *MONITORING SALES* DAN *SOCIAL MEDIA MANAGING* DALAM DEPARTEMEN *MARKETING* PT. GAVI UNGGUL NIAGA ANDIKA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti 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, 21 Juni 2023

Yang menyatakan,



Louis Ardiyanto

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “PERAN *MONITORING SALES DAN SOCIAL MEDIA MANAGING* DALAM DEPARTEMEN *MARKETING* PT. GAVI UNGGUL NIAGA ANDIKA” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.) Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Afif Al Fikri dan Bapak Irshan Arigama, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT. Gavi Unggul Niaga Andika yang telah memberikan kesempatan untuk penulis melaksanakan praktek kerja magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Teman-teman yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan memberikan masukan selama mengerjakan laporan praktek kerja magang. Penulis menyadari bahwa laporan praktek kerja magang yang ditulis memiliki kekurangan dan belum sempurna. maka penulis ingin meminta maaf apabila ada kesalahan kata dalam penulisan laporan ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat untuk para pembaca dan dalam menambah informasi yang berkaitan dengan informasi pada bidang yang sesuai dengan hasil karya penulisan laporan magang penulis.

Tangerang, 21 Juni 2023



Louis Ardiyanto

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

**PERAN *MONITORING SALES* DAN *SOCIAL MEDIA*
MANAGING DALAM DEPARTEMEN *MARKETING*
PT. GAVI UNGGUL NIAGA ANDIKA**

Louis Ardiyanto

ABSTRAK

PT. Gavi Unggul Niaga Andika adalah anak perusahaan dari PT. Hansel Grafikatama, merupakan perusahaan distribusi dan manajemen operasional serta pemasaran produk kemasan makanan dari brand yang diproduksi oleh perusahaan induk. PT Gavi Unggul Niaga Andika telah berdiri dari 2016 dan telah menjual produk hampir ke seluruh Indonesia. Praktik kerja magang yang dilakukan di PT. Gavi Unggul Niaga Andika sebagai Marketing Internship. Selama aktivitas praktek kerja magang, tugas yang diberikan adalah melakukan monitoring aktivitas prospek sales dan melakukan pengolahan media sosial dan pengelolaan aset promosi perusahaan.

Melaksanakan aktivitas praktek kerja magang sebagai pemonitor sales memerlukan ketelitian dan ketegasan dalam mengelolah laporan prospek dari 29 sales. ketelitian diperlukan untuk dapat memperhatikan setiap kemungkinan kesalahan dan kecurangan pelaporan prospek sales yang terjadi. Sedangkan dalam pengolahan media sosial memerlukan kreativitas dan adaptasi dengan trend. Kendala yang ditemukan selama aktivitas praktek kerja magang adalah perbedaan regulasi dan perbedaan pemahaman antara kepala depo dan sales dari setiap cabang terhadap aktivitas monitoring dan kegagalan dalam pengolahan media social seperti kegagalan posting konten, kegagalan pemasangan iklan dan kualitas aset promosi yang rendah. Namun kendala tersebut terselesaikan dengan melakukan konfirmasi terhadap perbedaan pemahaman serta mengikuti setiap regulasi kebijakan dari media sosial.

Kata kunci: Monitor Penjualan, Penjualan, Media sosial, Pemasaran, Magang

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERAN *MONITORING SALES* DAN *SOCIAL MEDIA*
MANAGING DALAM DEPARTEMEN *MARKETING*
PT. GAVI UNGGUL NIAGA ANDIKA**

Louis Ardiyanto

ABSTRACT (English)

PT. Gavi Unggul Niaga Andika is a subsidiary of PT. Hansel Grafikatama, is a distribution and operational management company that markets food packaging products under its parent company's brand. PT. Gavi Unggul Niaga Andika was established in 2016 and has been selling products throughout Indonesia. The internship program at PT. Gavi Unggul Niaga Andika is a Marketing Internship. During the internship, the assigned tasks include monitoring sales prospects and managing *social media* activities and promotional assets of the company.

Carrying out the internship activities as a sales prospect monitor requires accuracy and firmness in handling prospect reports from 29 sales representatives. Accuracy is needed to pay attention to any possible errors and fraudulent reporting of sales prospects. On the other hand, processing *social media* requires creativity and adaptation to trends. Challenges encountered during the internship activities include differences in regulations and understanding between the depot manager and sales representatives from each branch regarding monitoring activities and failures in *social media* processing, such as content posting failures, advertising placement failures, and low-quality promotional assets. However, these challenges were resolved by confirming the differences in understanding and following every policy regulation of *social media*.

Keywords: Sales Marketing, Sales, Social media, Marketing, Internship

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
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
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	12
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	12
2.1.1 Visi Misi	18
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	18
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	25
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	25
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	26
3.2.1 Tugas Yang Dilakukan	26
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Praktik Kerja Magang.....	31
3.3 Kendala yang Ditemukan	71
3.4 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan	75

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	79
4.1 Simpulan.....	79
4.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	92



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Nama Marketplace Perusahaan	13
Tabel 2. 2 Produk Distribusi perusahaan	15
Tabel 3. 1 Uraian Pekerjaan	26
Tabel 3. 2 Aktivitas Campaign Usulan Penulis	52
Tabel 3. 3 Waktu Posting Konten	57

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Perusahaan	12
Gambar 2. 2 Produk Distribusi Perusahaan	17
Gambar 2. 3 Produk Distribusi Perusahaan	17
Gambar 2. 4 Struktur Perusahaan	18
Gambar 3. 1 Struktur Laporan Kerja Selama Magang.....	25
Gambar 3. 2 Aktivitas Monitoring Prospek Sales.....	33
Gambar 3. 3 Absen Valid Yang Diterima Perusahaan.....	34
Gambar 3. 4 Absen Valid Yang Diterima Perusahaan.....	34
Gambar 3. 5 Laporan Prospek Sales Yang Valid	35
Gambar 3. 6 Laporan Penutupan Prospek Depo Semarang.....	36
Gambar 3. 7 Laporan Penutupan Prospek Depo Bogor	36
Gambar 3. 8 Form Monitoring Prospek Sales	37
Gambar 3. 9 Form Pencatatan waktu	37
Gambar 3. 10 Monitoring Prospek Sales	38
Gambar 3. 11 Prospek Di Luar RPS	38
Gambar 3. 12 Prospek CNOO	39
Gambar 3. 13 Pencatat Waktu Mulai Dan Akhir Prospek	39
Gambar 3. 14 Monitoring Toko Tutup	40
Gambar 3. 15 Monitoring Toko Tutup Permanen.....	40
Gambar 3. 16 Pelanggaran toko dan share location diteruskan	41
Gambar 3. 17 Pelanggaran penyuntingan absen	42
Gambar 3. 18 Pelanggaran penyuntingan absen	42
Gambar 3. 19 Foto Pelaporan Prospek Sama	43
Gambar 3. 20 Foto Pelaporan Prospek Sama	43
Gambar 3. 21 Monitoring Foto Pelaporan Sama.....	44
Gambar 3. 22 Tabel Laporan Monitoring	45
Gambar 3. 23 Perekapan Prospek CNOO	46
Gambar 3. 24 Perekapan CNOO dan Aktualisasi Target.....	46
Gambar 3. 25 Daftar Konsinyasi dan kerjasama dengan perusahaan	47
Gambar 3. 26 Persetujuan aktualisasi target CNOO dan NOO.....	48
Gambar 3. 27 Form Monitoring Lama	48
Gambar 3. 28 Form Monitoring Baru	49
Gambar 3. 29 Laporan Perbedaan CALL.....	50
Gambar 3. 30 Laporan Audit Selisih terhadap Laporan Kadepo.....	51
Gambar 3. 31 Content kalender Tim Desain.....	53
Gambar 3. 32 Aktivitas pengolahan konten video reels dan tiktok	54
Gambar 3. 33 Penjadwalan menggunakan fitur penjadwalan messenger	56
Gambar 3. 34 Penjadwalan Tiktok @Tab.packaging	56
Gambar 3. 35 pembuatan caption copywriting.....	59

Gambar 3. 36 Hasil Perjalanan Ads pada Instagram @boxhansel.....	61
Gambar 3. 37 Hasil Perjalanan Ads pada Tiktok @boxhansel.....	62
Gambar 3. 38 Laporan Audit Media Sosial.....	63
Gambar 3. 39 Pelaporan Social media Audit Interaksi.....	64
Gambar 3. 40 Laporan Media Sosial Audit Impresi dan Profile Visit	64
Gambar 3. 41 Laporan Media Sosial Audit Jangkauan.....	65
Gambar 3. 42 Laporan Media Social Audit Followers.....	65
Gambar 3. 43 Laporan Media Sosial Audit Demografi.....	66
Gambar 3. 44 Foto Produk Tissue Floria	68
Gambar 3. 45 Foto Produk Tab.packaging	68
Gambar 3. 46 Foto Produk Box Hansel	69
Gambar 3. 47 Pelaporan Hasil Monitoring	70
Gambar 3. 48 Perekapan Foto Pelaporan Monitoring.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	92
Lampiran B. Kartu MBKM - MBKM 02	93
Lampiran C. Daily Task MBKM - MBKM 03	94
Lampiran D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	219
Lampiran E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	220
Lampiran F. Pengecekan Hasil Turnitin	221
Lampiran G. Semua Hasil Karya Tugas yang dilakukan selama MBKM	213

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA