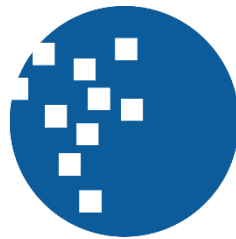


**PEMANFAATAN BIG DATA UNTUK PENGEMBANGAN
STRATEGI PEMASARAN PADA PROGRAM MEMBERSHIP
KAWAN LAMA GROUP**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Valenzia Tanaka

0000060881

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**PEMANFAATAN BIG DATA UNTUK PENGEMBANGAN
STRATEGI PEMASARAN PADA PROGRAM MEMBERSHIP**

KAWAN LAMA GROUP



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Komputer (S.Kom.)

Valenzia Tanaka

0000060881

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

ii

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Valenzia Tanaka

Nomor Induk Mahasiswa : 00000060881

Program studi : Sistem Informasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PEMANFAATAN BIG DATA UNTUK PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA PROGRAM MEMBERSHIP KAWAN LAMA GROUP

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, 17 Oktober 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Valenzia Tanaka'.

Valenzia Tanaka

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Valenzia Tanaka
NIM : 00000060881
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Teknik dan Informatika
JenisKarya : Laporan MBKM

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

**PEMANFAATAN BIG DATA UNTUK PENGEMBANGAN STRATEGI
PEMASARAN PADA PROGRAM MEMBERSHIP KAWAN LAMA GROUP**

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, 17 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Valenzia Tanaka

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul: “PEMANFAATAN BIG DATA UNTUK PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA PROGRAM MEMBERSHIP KAWAN LAMA GROUP” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Komputer (S.Kom.) Jurusan Sistem Informasi Pada Fakultas Teknik dan Informatika 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. Bapak Dr. Eng. Niki Prastomo, S.T., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknik dan Informatika Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Ririn Ikana Desanti, S.Kom., M.Kom., selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Samuel Ady Sanjaya, S.T., M.T., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ibu Leoni Hang, selaku *supervisi* magang yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberi dukungan yang berharga selama pelaksanaan magang di Kawan lama Group.
6. Bapak Arga Adyatma, selaku mentor magang yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan ilmu yang berharga selama menjalani magang di Kawan Lama Group.
7. Kepada Kawan Lama Group yang telah memberikan kesempatan berharga untuk menjalani praktik kerja magang dan pengalaman berharga sebagai *Master Data Administration Officer (Intern)*.

8. Tim Divisi *Customer Relationship Management – Loyalty* Kawan Lama Group, yang telah memebrikan bimbingan, arahan, dan kesempatan berharga selama pelaksanaan magang.
9. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
10. Sahabat dan teman-teman terdekat yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan motivasi selama pelaksanaan praktik kerja magang hingga penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan, kritik, dan saran dari pembaca untuk meningkatkan kualitas penulisan di kemudian hari. Semoga laporan ini bermanfaat sebagai acuan dan sumber pembelajaran bagi pembaca.

Tangerang, 17 Oktober 2024



Valenzia Tanaka



**PEMANFAATAN BIG DATA UNTUK PENGEMBANGAN
STRATEGI PEMASARAN PADA PROGRAM MEMBERSHIP
KAWAN LAMA GROUP**

Valenzia Tanaka

ABSTRAK

Transformasi digital Kawan Lama Group tercermin dalam pemanfaatan Big Data untuk mendukung strategi bisnis perusahaan. Salah satu wujud dari transformasi ini adalah integrasi program membership dari berbagai unit bisnis menjadi satu. Namun, divisi Customer Relationship Management – Loyalty menghadapi tantangan dalam mengelola data pelanggan secara efektif. Hal ini berdampak pada analisis data yang kurang mendalam sehingga membatasi kemampuan perusahaan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran program membership berbasis data.

Sebagai bagian dari solusi, keterlibatan mahasiswa magang sebagai Master Data Administration Officer (Intern) memberikan kontribusi dalam pengelolaan dan analisis data. Selama masa magang Track 2, mahasiswa menangani sekitar 20 permintaan data untuk unit bisnis Pet Kingdom, 60 permintaan untuk program Ruparupa Rewards, dan 10 permintaan untuk F&B ID. Selain itu, mahasiswa telah menyusun 3 laporan kampanye, 3 Pet Kingdom monthly membership report, 1 Pet Kingdom half year membership report, serta terlibat dalam 2 dukungan proyek. Pengalaman ini memberikan keterampilan praktis dalam pengelolaan data, kolaborasi tim, serta soft skills seperti komunikasi dan pemecahan masalah.

Keterlibatan mahasiswa dalam pengelolaan Big Data berkontribusi pada peningkatan efisiensi analisis serta memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai perilaku pelanggan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengambil keputusan yang lebih tepat dalam merumuskan strategi pemasaran, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan.

Kata kunci: Analisis Data, *Big Data*, Manajemen Hubungan Pelanggan

UTILIZING OF BIG DATA FOR MARKETING STRATEGY

DEVELOPMENT IN THE KAWAN LAMA GROUP

MEMBERSHIP PROGRAM

Valenzia Tanaka

ABSTRACT (English)

The digital transformation at Kawan Lama Group is reflected in its use of Big Data to support business strategies, including the integration of membership programs across various business units. However, the Customer Relationship Management – Loyalty division faces challenges in effectively managing customer data, leading to superficial data analysis and limiting the company's ability to optimize data-driven membership marketing strategies.

To address this, the involvement of an intern as a Master Data Administration Officer has significantly contributed to data management and analysis. During Track 2 of the internship, the intern handled approximately 20 data requests for the Pet Kingdom unit, 60 requests for the Ruparupa Rewards program, and 10 requests for F&B ID. Additionally, the intern prepared 3 campaign reports, 3 Pet Kingdom monthly membership reports, 1 Pet Kingdom half-year membership report, and supported 2 projects. This experience provided practical skills in data management, team collaboration, and developed soft skills such as communication and problem-solving.

The intern's involvement in Big Data management enhanced analysis efficiency and offered deeper insights into customer behavior, enabling the company to make more informed decisions in crafting marketing strategies, thereby improving customer satisfaction and retention.

Keywords: *Big Data, Customer Relationship Management, Data Analysis*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English)	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.2.1 Maksud Kerja Magang.....	4
1.2.2 Tujuan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.1 Waktu dan Lokasi Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.1 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	12
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	12
2.1.1 Visi Misi	13
2.1.2 Nilai Perusahaan Kawan Lama Group.....	14
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	18
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	21
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	21
3.2 Tugas yang dilakukan	23
3.2.1 Pemenuhan Permintaan Data	23
3.2.2 <i>Campaign Report</i>	28
3.2.3 <i>Membership Report</i>	29
3.2.4 Dukungan Proyek	31
3.3 Uraian Kerja Magang	33

3.3.1	Pengenalan <i>job description</i> (Minggu ke- 1)	34
3.3.2	Formulir request – unit bisnis Pet Kingdom (Minggu ke- 2-17) 36	
3.3.3	Formulir request – unit bisnis <i>Cohesive Loyalty Program</i> (Minggu ke- 2-17)	37
3.3.4	Formulir request – unit bisnis F&B ID (Minggu ke- 2-17)	39
3.3.5	Multi Business Unit Campaign Report	42
3.3.6	Penghangusan Koin Campaign Report.....	45
3.3.7	Pet Kingdom <i>Monthly Membership Report</i>	47
3.3.8	Pet Kingdom <i>Half Year Membership Report</i>	49
3.3.9	Dukungan Proyek	51
3.4	Kendala yang Ditemukan	54
3.5	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	54
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		56
4.1	Simpulan.....	56
4.2	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA		xiv
LAMPIRAN.....		xvi



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	7
Tabel 3. 1 Timeline Program Kerja Magang	33
Tabel 3. 2 Perbandingan dari jenis Pet Kingdom Membership Report	48
Tabel 3. 3 Ilustrasi dari proyek Affinity Pet	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gedung Head Office Kawan Lama Group [6]	5
Gambar 2. 1 Logo Kawan Lama Group (sumber: asset divisi).....	12
Gambar 2. 2 Nilai Perusahaan Kawan Lama Group [9]	14
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Departemen Strategic Marketing Service	19
Gambar 3. 1 Formulir Request.....	24
Gambar 3. 2 Data yang perlu diisi requester.....	24
Gambar 3. 3 Data yang perlu diisi tim Data.....	25
Gambar 3. 4 Flow Pengerjaan Formulir Request.....	26
Gambar 3. 5 Flow Pengerjaan Campaign Report.....	28
Gambar 3. 6 Flow Pengerjaan Membership Report.....	30
Gambar 3. 7 Flow Pengerjaan Dukungan Proyek.....	32
Gambar 3. 8 Pembagian Pilar Tim.....	35
Gambar 3. 9 Form request dari “Target Member Campaign Grooming”	36
Gambar 3. 10 Code untuk memenuhi kriteria request	37
Gambar 3. 11 Form request dari “Investigasi Fraud”	38
Gambar 3. 12 Rincian hasil.....	38
Gambar 3. 13 Form request dari “Rincian Transaksi Chatime Store ABC”	40
Gambar 3. 14 Proses penarikan data	41
Gambar 3. 15 Output dari Request.....	41
Gambar 3. 16 Campaign Multi Business Unit melalui Email.....	43
Gambar 3. 17 Aspek yang diperiksa	44
Gambar 3. 18 Campaign Multi Business Unit melalui Email.....	45
Gambar 3. 19 Data target member	46
Gambar 3. 20 Report Campaign Penghangusan Koin	47
Gambar 3. 21 Membership Monthly Report Pet Kingdom.....	49
Gambar 3. 22 Perbedaan perbandingan performa report	50
Gambar 3. 23 Membership Half Year Report Pet Kingdom.....	51
Gambar 3. 25 Code untuk Apriori.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	xvi
Lampiran B Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	xvii
Lampiran C Surat Approval Job Description Magang.....	xviii
Lampiran D Kartu MBKM (MBKM 02)	xix
Lampiran E Daily Task MBKM (MBKM 03)	xxxi
Lampiran F Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM 04)	xxxiii
Lampiran G Hasil Pengecekan Turnitin	xxxvii

