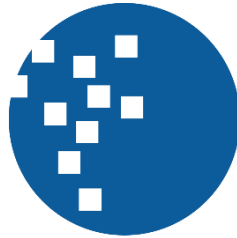


**PERAN DAN AKTIVITAS BAGIAN MARKETING UNTUK
MENINGKATKAN *BRANDING* PRODUK PADA *STARTUP*
LEMONIVITA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Erike Eirene Ginting

0000054006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2021**

**PERAN DAN AKTIVITAS BAGIAN MARKETING UNTUK
MENINGKATKAN *BRANDING* PRODUK PADA *STARTUP*
LEMONIVITA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Erike Eirene Ginting

00000540006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2021**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Erike Eirene Ginting

Nomor Induk Mahasiswa **00000054006**

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN DAN AKTIVITAS BAGIAN MARKETING UNTUK MENINGKATKAN *BRANDING* PRODUK PADA *START UP* LEMONIVITA

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, 20 Mei 2024



Erike Eirene Ginting

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul
**PERAN DAN AKTIVITAS BAGIAN MARKETING UNTUK
MENINGKATKAN *BRANDING* BRODUK PADA *START UP*
LEMONIVITA**

Oleh

Nama : Erike Eirene Ginting
NIM : 00000054006
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah Disetujui untuk Dilanjutkan pada
Sidang Ujian Laporan Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Amanda Setiorini, S.Psi., M.M., CIQaR
NIDN:0305027607



Purnamaningsih, S.E.,M.S.M.
NIDN:0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN DAN AKTIVITAS BAGIAN MARKETING UNTUK MENINGKATKAN *BRANDING* PRODUK PADA *START UP* LEMONIVITA

Oleh

Nama : Erike Eirene Ginting

NIM : 00000054006

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

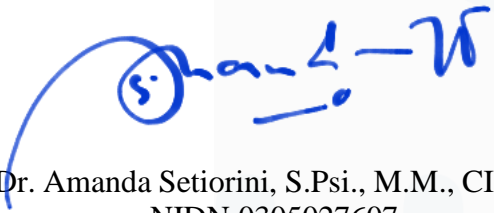
Telah diujikan pada hari Rabu, 12 Juni 2024

Pukul 09.00 s/d 10.00 dan dinyatakan

LULUS


Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Dr. Amanda Setiorini, S.Psi., M.M., CIQaR
NIDN:0305027607

Penguji



Dr. Yosef Budi Susanto, M.M
NIDN:0301056103

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
NIDN:0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Erike Eirene Ginting

NIM : 00000054006

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

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:

PERAN DAN AKTIVITAS BAGIAN MARKETING UNTUK MENINGKATKAN *BRANDING* PRODUK PADA *START UP* LEMONIVITA

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, 20 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Erike Eirene Ginting)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul: “Peran dan Aktivitas bagian Marketing Untuk Meningkatkan Branding Produk pada Startup Lemonivita ” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Pendidikan Strata 1 Manajemen Pada Bisnis 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. Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan berkat dan karunia bagi penulis untuk melaksanakan praktik kerja dan menyelesaikan laporan MBKM.
2. Bapak Dr. Ninok Leksono M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., MBA, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
5. Dr. Amanda Setiorini, S.Psi., M.M., CIQaR sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
6. Andrew Henderson, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
7. Kepada Perusahaan Skystar Ventures.
8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..
9. Seluruh teman teman penulis di Universitas Multimedia Nusantara yang membantu untuk mengarahkan dan juga memberi semangat kepada

penulis untuk menyelesaikan Laporan praktek kerja magang, terutama,
Shannon, Grace, Verrencia

Sebagai penulis dan atas semua masukan dan dukungan yang telah diberikan, saya mengucapkan terima kasih. Saya menyadari bahwa karya ilmiah ini masih memiliki banyak kekurangan dan belum sempurna. Maka dari itu, penulis meminta maaf atas segala kekurangan yang terdapat pada karya ilmiah ini, serta mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan karya ilmiah ini. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca dan menambah informasi yang berkaitan dengan bidang yang sesuai dengan informasi yang dibutuhkan.

Tangerang, Senin 17 Juni 2024



(Erike Eirene Ginting)

PERAN DAN AKTIVITAS BAGIAN MARKETING UNTUK MENINGKATKAN *BRANDING* PRODUK PADA *START UP* LEMONIVITA

Erike Eirene Ginting

ABSTRAK

Laporan ini merupakan hasil dari penulis dalam menyelesaikan praktik bisnis start up. Dan Lemonivita merupakan suatu perusahaan yang dikembangkan dalam inkubasi bisnis milik Universitas Multimedia Nusantara, yaitu SkystarVentures. Skystar ventures merupakan perusahaan menginkubasi startup berbasis Teknologi, dan sudah ada sejak 2014. Skystar Ventures juga menginkubasi perusahaan Lemonivita sebagai persyaratan wajib untuk kelulusan penulis sebagai mahasiswa di tingkat akhir untuk mendapatkan gelar Sarjana di Universitas Multimedia Nusantara. Lemonivita merupakan perusahaan yang bergerak dalam usaha di bidang minuman sehat dan juga memberikan pengaruh yang baik bagi yang memiliki permasalahan diabetes dan obesitas. Maka minuman Lemonivita sangat tepat untuk pelanggan kita. Pada proses kerja magang yang penulis lalui, Penulis mengelola dan mengurus Marketing *startup* Lemonivita, dimana pada Marketing Penulis mengelola bagian planning marketing, membuat sebuah campaign marketing, lalu membuat konsep branding untuk sosial media Lemonivita, dan mengurus Digital marketing Lemonivita. Dalam pelaksanaan Lemonivita sendiri terdapat banyak kendala yang harus diatasi, seperti kurangnya jaringan yang dimiliki oleh pendiri, kurangnya pengalaman dari para pendiri, dan kesulitan dalam mencapai banyak nya followers serta penjualan produk yang kurang meningkat. Tentunya dalam mengatasi hal tersebut kami berusaha untuk meningkatkan jaringan yang dimiliki, melakukan diskusi kepada orang-orang yang memang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang lebih baik. Serta melakukan Upaya baru untuk pengiklanan atau endorsement untuk promosi penjualan produk dan membuat konsep design konten video yang menarik sesuai dengan trend yang sedang baru.

Kata kunci: Marketing, Start Up, Lemonivita, Skystar Ventures Social Media

THE ROLE AND ACTIVITIES OF THE MARKETING SECTION TO IMPROVE PRODUCT BRANDING AT THE LEMONIVITA STARTUP

Erike Eirene Ginting

ABSTRACT (English)

This report is the result of the author completing start-up business practices. And Lemonivita is a company developed in the business incubation of Multimedia Nusantara University, namely SkystarVentures. Skystar Ventures is a company that incubates technology-based startups, and has been around since 2014. Skystar Ventures also incubates the Lemonivita company as a mandatory requirement for the author's graduation as a final year student to obtain a Bachelor's degree at Multimedia Nusantara University. Lemonivita is a company that operates in the healthy drinks sector and also has a good influence on those who have diabetes and obesity problems. So Lemonivita drinks are very suitable for our customers. In the internship process that the author went through, the author managed and managed the Marketing of the Lemonivita startup, where in Marketing the Author managed the marketing planning section, created a marketing campaign, then created a branding concept for Lemonivita's social media, and managed Lemonivita's digital marketing. In implementing Lemonivita itself, there are many obstacles that must be overcome, such as the founder's lack of network, lack of experience from the founders, and difficulties in achieving many followers and product sales that are not increasing. Of course, in overcoming this we are trying to improve our network, holding discussions with people who have better knowledge and experience. As well as making new efforts for advertising or endorsements to promote product sales and creating attractive video content design concepts in accordance with new trends.

Keywords: Marketing, Start Up, Lemonivita, Social Media

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK	8
<i>ABSTRACT (English)</i>	9
DAFTAR ISI	10
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR LAMPIRAN	14
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1. Latar Belakang	15
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	21
1.1.1. Manfaat Bagi Penulis	22
1.1.2. Manfaat Bagi Entrepreneur Startup	22
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	23
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	24
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	24
2.1.1 Visi Misi	26
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	27
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	30
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	30
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	36
3.2.1 Perencanaan Konten Social Media	38
3.2.2 Membuat Campaign Marketing untuk Bukan Mei	40
3.2.3 Hasil Ide Konten Lemonivita	41
3.2.4 Pemasaran Produk Secara langsung ke Siswa/i	42

3.2.5 Awal Mula Marketing Lemonivita melalui Program Wirausahawan Merdeka (WMK)	44
3.2.6 Endorsment dan Proses Pembuatan Video Promosi Lemonivita	47
3.2.7 Tester Produk Pertama Sebagai Uji Coba Rasa Lemonivita	49
3.2.8 Proses Editing Video dan Konten Promosi produk	51
3.2.9 Dokumentasi Testimoni Setiap Produk yang Dibeli	54
3.2.10 Melakukan Bazar di Universitas Multimedia Nusantara	55
3.3 Kendala yang Ditemukan	57
3.3.1 Kurang Pemahaman Dan Pengalaman Mengenai Berbisnis Secara Offline	57
3.3.2 Kurangnya <i>Networking</i> yang Dimiliki Oleh <i>Founders</i> Lemonivita	58
3.3.3 Penjualan Produk Lemonivita yang Kurang Tinggi	58
3.3.4 Jumlah Followers yang Tidak Meningkat Tinggi	59
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	59
3.4.1 Solusi Kurangnya Pemahaman Dan Pengalaman Mengenai Berbisnis Secara Offline	59
3.4.2 Solusi dari Kurangnya <i>Networking</i> yang Dimiliki Oleh <i>Founders</i> Lemonivita	60
3.4.3 Solusi Penjualan Produk Lemonivita yang Kurang Tinggi	61
3.4.4 Jumlah Followers yang Tidak Meningkat Tinggi	62
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	63
4.1 Simpulan	63
4.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

3. 1 Tugas Yang Dikerjakan Selam Praktik Kerja Magang

35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 SSGI data internasional Federation	16
Gambar 2. 1 Logo SkyStar Ventures	24
Gambar 2. 2 Management Team SkyStar Ventures	27
Gambar 3. 1 Struktur Kerja Bisnis Startup Lemonivita	31
Gambar 3. 2 Logo Lemonivita	37
Gambar 3. 3 Campaign Business Lemonivita	38
Gambar 3. 4 Campaign Business Lemonivita	39
Gambar 3. 5 Campaign Konten Bulan Mei	40
Gambar 3. 6 Alur kolaborasi campaign dengan Konten-konten yang di posting	41
Gambar 3. 7 Promosi Lemonivita di Sekolah Penabur	42
Gambar 3. 8 Dokumentasi Penjualan Secara Offline	43
Gambar 3. 9 Booth Lemonivita di Program WMK	45
Gambar 3. 10 Dokumentasi Testimoni Produk	46
Gambar 3. 11 Endorsment Delapan Video	47
Gambar 3. 12 Akun Instagram dan Jumlah Followers Influencer	48
Gambar 3. 13 Tahap Uji Coba Produk	49
Gambar 3. 14 Dokumentasi Tahap Testing kepada Calon Pembeli	50
Gambar 3. 15 Aplikasi Sebagai Edit Konten	51
Gambar 3. 16 Pemberitahuan Konten Menu Baru dan Akun Tiktok	52
Gambar 3. 17 Jumlah Orang Yang Melihat Konten Lemonivita	53
Gambar 3. 18 Testimoni Produk Minuman Lemonivita	54
Gambar 3. 19 Booth Bazaar Lemonivita	55
Gambar 3. 20 Testimoni di Booth Lemonivita	56

DAFTAR LAMPIRAN

- A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01
- B. Kartu MBKM - MBKM 02
- C. Daily Task MBKM - MBKM 03
- D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04
- E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)
- F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin
- G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM