

**PERAN AREA MARKETING INTERN
DI PT NUTRIFOOD INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

MUHAMMAD FARHAN HILMI

0000055649

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**PERAN *AREA MARKETING INTERN*
DI PT NUTRIFOOD INDONESIA**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

MUHAMMAD FARHAN HILMI
0000055649

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS MANAJEMEN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Farhan Hilmi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055649

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN AREA MARKETING INTERN DI PT NUTRIFOOD INDONESIA

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, 26 Juni 2024



Muhammad Farhan Hilmi

NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN *AREA MARKETING INTERN* DI PT NUTRIFOOD INDONESIA

Oleh

Nama : Muhammad Farhan Hilmi

NIM : 00000055649

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis


Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Laporan Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 28 Juni 2024

Pembimbing

Ketua Program Studi


Dr. Florentina Kumiasari T., S.Sos., M.B.A
NIDN 0314047401


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

U M M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
PERAN AREA MARKETING INTERN DI PT NUTRIFOOD INDONESIA

Oleh
Nama : Muhammad Farhan Hilmi
NIM : 00000055649
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 5 Juli 2024

Pukul 15.00 s/d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A.

NIDN 0314047401

Penguji

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

NIDN 0306088501

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 : Muhammad Farhan Hilmi

NIM : 00000055649

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Laporan MBKM

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

PERAN *AREA MARKETING INTERN* DI PT NUTRIFOOD INDONESIA

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, 26 Juni 2024

Yang menyatakan,

Muhammad Farhan Hilmi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: **“PERAN AREA MARKETING INTERN DI PT NUTRIFOOD INDONESIA”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi 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. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara dan Dosen Pembimbing Magang.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat Sidang Magang.
5. Kepada PT Nutrifood Indonesia, selaku perusahaan tempat saya magang yang telah memberikan banyak sekali pengalaman saat magang berlangsung.
6. Ibu Nina Agustriana, selaku *Head of Department Marketing* PT Nutrifood Indonesia.
7. Bapak Nicolas Orlando, selaku *Area Marketing Manager* PT Nutrifood Indonesia.
8. Bapak Azzavira Liyanshurullah, selaku *Area Marketing Associate* dan *PIC* Magang MSIB PT Nutrifood Indonesia.
9. Keluarga saya yang telah memberikan dukungan moral dan material sehingga Laporan Magang ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Teman-teman yang telah meluangkan waktu untuk memberikan dukungan moral selama kegiatan magang berlangsung.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa dalam Laporan Magang ini sangat dimungkinkan masih terdapat banyak kekurangan yang harus diperbaiki dan belum

sempurna seperti yang diharapkan. Oleh karena itu, saya memohon maaf atas segala kekurangan yang ada dan akan menerima dengan senang hati segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulisan laporan selanjutnya dapat lebih baik lagi. Semoga Laporan Magang di PT Nutrifood Indonesia ini dapat menambah wawasan dan bermanfaat bagi kita semua, khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.



PERAN *AREA MARKETING INTERN* DI PT NUTRIFOOD INDONESIA

Muhammad Farhan Hilmi

ABSTRAK

Laporan magang ini didasarkan pada pengalaman Penulis sebagai *Area Marketing Intern* di PT Nutrifood Indonesia, sebuah perusahaan yang berfokus pada produksi dan distribusi produk makanan serta minuman kesehatan yang sudah berdiri sejak tahun 1979. PT Nutrifood Indonesia dipilih sebagai tempat magang karena reputasinya yang unggul dalam industri kesehatan dan komitmennya dalam mempromosikan gaya hidup sehat melalui produk-produknya. Selama magang, Penulis terlibat langsung dalam berbagai aktivitas pemasaran, termasuk aktivasi merek, analisis pasar, strategi pemasaran, dan pelaksanaan kampanye pemasaran di berbagai wilayah. Kendala utama yang dihadapi Penulis selama magang adalah kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran dalam bidang industri makanan dan minuman kesehatan. Untuk mengatasi kendala tersebut, Penulis terus menggali informasi mengenai industri makanan dan minuman kesehatan dan terus berinovasi serta meningkatkan kreativitas agar dapat mengimplementasikan strategi yang tepat untuk seluruh merek dan produk dari PT Nutrifood Indonesia.

Laporan ini memberikan gambaran lengkap mengenai peran dan tanggung jawab *Area Marketing Intern*, strategi yang digunakan untuk mengatasi berbagai tantangan, serta pengalaman dan pembelajaran berharga yang diperoleh selama magang di PT Nutrifood Indonesia.

Kata kunci: Pemasaran, Aktivasi Merek, Analisis Pasar, Strategi Pemasaran, Kampanye Pemasaran.

THE ROLE OF AREA MARKETING INTERN AT PT NUTRIFOOD INDONESIA

Muhammad Farhan Hilmi

ABSTRACT

This internship report is based on the author's experience as an Area Marketing Intern at PT Nutrifood Indonesia, a company focused on the production and distribution of health food and beverage products, established in 1979. PT Nutrifood Indonesia was chosen as the internship site due to its outstanding reputation in the health industry and its commitment to promoting a healthy lifestyle through its products. During the internship, the author was directly involved in various marketing activities, including brand activation, market analysis, marketing strategy, and the implementation of marketing campaigns in various regions. The main challenge faced by the author during the internship was the lack of understanding of marketing strategies in the health food and beverage industry. To overcome this challenge, the author continuously sought information about the health food and beverage industry and continually innovated and enhanced creativity to implement appropriate strategies for all brands and products of PT Nutrifood Indonesia. This report provides a comprehensive overview of the role and responsibilities of an Area Marketing Intern, the strategies used to overcome various challenges, and the valuable experiences and lessons learned during the internship at PT Nutrifood Indonesia.

Keywords: *Marketing, Brand Activation, Market Analysis, Marketing Strategy, Campaign Marketing*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	8
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	9
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	9
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	10
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	11
2.1 Tentang Perusahaan.....	11
2.1.1 Visi Misi Perusahaan	16
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	19
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	23
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	23
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	24

3.3	Kendala yang Ditemukan	71
3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	73
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....		74
4.1	Simpulan.....	74
4.2	Saran	74
4.2.1	Saran untuk Perusahaan	76
4.2.2	Saran untuk Universitas	76
4.2.3	Saran untuk Mahasiswa	77
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN.....		80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jadwal kerja magang 9



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Riset konsumsi makanan dan minuman manis.....	2
Gambar 1. 2 Head office PT Nutrifood Indonesia	5
Gambar 1. 3 Brand-brand PT Nutrifood Indonesia.....	6
Gambar 2. 1 Logo PT Nutrifood Indonesia.....	11
Gambar 2. 2 Produk-produk dari brand PT Nutrifood Indonesia	12
Gambar 2. 3 Struktur organisasi PT Nutrifood Indonesia (Nutrihub Serpong)	19
Gambar 3. 1 Struktur organisasi PT Nutrifood Indonesia (Nutrihub Serpong)	23
Gambar 3. 2 Pertemuan perdana dengan divisi marketing/hari pertama magang.	25
Gambar 3. 3 Visit supermarket GrandLucky BSD	26
Gambar 3. 4 Jadwal Program Orientasi Karyawan (POK) Nutrifood.....	27
Gambar 3. 5 Sarasehan bersama CEO Nutrifood, Bapak Mardi Wu	28
Gambar 3. 6 Diskusi project dengan HOD Marketing Nutrifood, Mba Anna	28
Gambar 3. 7 Presentasi rencana dilakukannya project.....	30
Gambar 3. 8 Logo HiLo	31
Gambar 3. 9 Kegiatan approach dan survey sekolah untuk acara HiLo Body Move	32
Gambar 3. 10 Briefing kegiatan HiLo Body Move.....	33
Gambar 3. 11 Kegiatan pemasaran HiLo Body Move	34
Gambar 3. 12 Balls Challenge HiLo Body Move	35
Gambar 3. 13 Kegiatan aktivasi HiLo Protein Chocofit pada komunitas Pound Fit	37
Gambar 3. 14 Kegiatan pembagian produk HiLo Protein Chocofit.....	39
Gambar 3. 15 Kegiatan HiLo Platinum di Gereja Santa Monica	40
Gambar 3. 16 Logo L-Men	42
Gambar 3. 17 Poster kegiatan L-Men Kedinasan	44
Gambar 3. 18 Kegiatan L-Men Kedinasan.....	45
Gambar 3. 19 Kegiatan L-Men Kedinasan di SMK Penerbangan Dirghantara	46
Gambar 3. 20 Seminar L-Men Kedinasan di Universitas Atma Jaya BSD.....	47
Gambar 3. 21 Produk L-Men Gym Activation	48
Gambar 3. 22 Brand activation di Yuk Gym Gading Serpong	50
Gambar 3. 23 Brand activation di Jet Fitness Karawaci	52
Gambar 3. 24 Brand activation di NGE_GYM Gading Serpong.....	53
Gambar 3. 25 Brand activation di Hot Shape Fitness Gading Serpong	54
Gambar 3. 26 Logo Nutrisari	55
Gambar 3. 27 Vouchering NutriSari Isotonik	56
Gambar 3. 28 Penetrasi RTD Squeeze Orange/BLITZ.....	58
Gambar 3. 29 Logo Tropicana Slim.....	60
Gambar 3. 30 Program Edukasi Tropicana Slim Employee Health.....	62
Gambar 3. 31 Tropicana Slim Employee Health	63