

**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM *BISNIS STARTUP*  
*FASHION***



**VIVIN**

**00000057044**

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

**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM BISNIS *STARTUP FASHION***



**LAPORAN MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

**VIVIN**

**00000057044**

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

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vivin  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057044  
Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**PERAN DIGITAL MARKETING DALAM BISNIS STARTUP**

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



(Vivin)

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

### PERAN DIGITAL MARKETING DALAM BISNIS STARTUP

Oleh

Nama : Vivin  
NIM : 00000057044  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

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

Tangerang, 25 Mei 2024

Pembimbing



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F  
0708017601

Ketua Program Studi Manajemen



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



## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

### PERAN DIGITAL MARKETING DALAM BISNIS STARTUP FASHION

Oleh :  
Nama : Vivin  
NIM : 00000057044  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 12 Juni 2024  
Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F  
NIDN : 0708017601



Kanon Mommsen Wongkar S.H., M.H.  
NIDN : 0301078204

Ketua Program Studi Manajemen



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

**HALAMAN  
PUBLIKASI  
ILMIAH**

**PERSETUJUAN  
KARYA  
UNTUK  
KEPENTINGAN**

**AKADEMIS**

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

Nama : VIVIN  
NIM : 00000057044  
Program Studi : MANAJEMEN  
Fakultas : BISNIS  
JenisKarya : 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 DIGITAL MARKETING DALAM BISNIS STARTUP**

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,



(Vivin)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan MBKM ini dengan judul *Peran Digital Marketing Dalam Bisnis Startup Fashion* dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Manajemen Pada 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. Tuhan yang Maha Esa
2. Bapak Dr. Ninok Leksono M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.sos., MBA, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Purnamaningsih S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
5. Ibu Ika Yanuarti, S.E., M.S.F., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
6. Kak Michelle Greysianti, Kak Hoky Nanda, dan Kak Rizky Novita 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

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan membuka wawasan mengenai peran *digital marketing* dalam bisnis *startup fashion*.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Vivin)

## **PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM BISNIS *STARTUP FASHION***

(Vivin)

### **ABSTRAK**

Laporan ini mengangkat peran digital marketing dalam bisnis startup fashion, dengan fokus pada Svstain, sebuah bisnis yang didirikan oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan didukung oleh inkubator bisnis Skystar Ventures. Svstain dipilih karena dukungan inkubator yang memberikan pendampingan dan mentor ahli, yang berpotensi besar membantu perkembangan startup melalui strategi digital marketing. Kendala yang dihadapi penulis sebagai Chief Marketing Officer (CMO) di Svstain meliputi kurangnya pengalaman dalam digital marketing, kesulitan menentukan timeline postingan konten, memahami target audiens, meningkatkan awareness produk dengan inovasi digital, serta hambatan dalam proses brainstorming karena keunikan produk. Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis mempelajari strategi pemasaran dari brand fashion Indonesia, berkomunikasi dengan tim untuk menyusun timeline dan ide konten, berkonsultasi dengan brand berengagement tinggi, mengumpulkan feedback konsumen untuk memperkuat produk, dan memperdalam pengetahuan tentang produk serta mendapatkan wawasan dari narasumber berpengalaman. Solusi-solusi ini diharapkan dapat membantu Svstain dalam memaksimalkan potensi digital marketing untuk pertumbuhan yang lebih cepat dan efektif.

**Kata kunci: Digital Marketing, Startup Fashion Svstain, Inkubator Bisnis, Skystar Ventures**



# The Role of Digital Marketing in Fashion Startup Businesses

(Vivin)

## **ABSTRACT (English)**

*This report discusses the role of digital marketing in the fashion startup business, focusing on Svstain, a business founded by students from Multimedia Nusantara University (UMN) and supported by the Skystar Ventures business incubator. Svstain was chosen due to the incubator's support, providing mentorship and expert guidance, which can significantly aid the startup's development through digital marketing strategies. The challenges faced by the author as the Chief Marketing Officer (CMO) at Svstain include a lack of experience in digital marketing, difficulties in setting a content posting timeline, understanding the target audience, increasing product awareness through digital innovations, and obstacles in the brainstorming process due to the product's uniqueness. To overcome these challenges, the author studied marketing strategies of Indonesian fashion brands, communicated with the team to organize timelines and generate content ideas, consulted with high-engagement brands, gathered consumer feedback to strengthen the product, and deepened product knowledge while gaining insights from experienced sources. These solutions aim to help Svstain maximize the potential of digital marketing for faster and more effective growth.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Fashion Startup, Svstain, Business Incubator, Skystar Ventures*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	17
1.2.1 Maksud Kerja Magang	17
1.2.2. Tujuan Kerja Magang	18
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	19
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	19
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	19
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	21
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	21
2.1.1 Visi Misi	21
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	22
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	26
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	26
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	27
3.2.1 Tugas Kerja Magang	27
3.2.2 Uraian Kerja Magang	30
3.2.2.1 Membuat <i>timeline</i> terkait konten <i>digital marketing</i>	31

3.2.2.2 Melakukan peninjauan terhadap feeds atau konten yang telah dibuat oleh CCO	31
3.2.2.3 Peninjauan Terhadap Feeds Atau Konten Yang Telah Diupload	32
3.2.2.4 Melakukan kerja sama kepada pihak luar yang memiliki <i>engagement</i> yang sangat baik pada platform media sosial	34
3.2.2.5 Melakukan Peninjauan Terhadap Caption yang Telah Dibuat	35
3.2.2.6 <i>Brainstorming</i> terhadap Konten yang akan	36
3.2.2.7 <i>Brainstorming</i> terhadap Ide Konten Baru	37
3.2.2.8 Mencari Referensi terhadap Ide Konten Reels	38
3.2.2.9 Iklan Produk Melalui Instagram Ads	39
3.3 Kendala yang Ditemukan	39
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	40
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b>	41
4.1 Simpulan	41
4.2 Saran	42
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	43
<b>LAMPIRAN</b>	45



**DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 Tugas Kerja Magang.....30



**UMMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

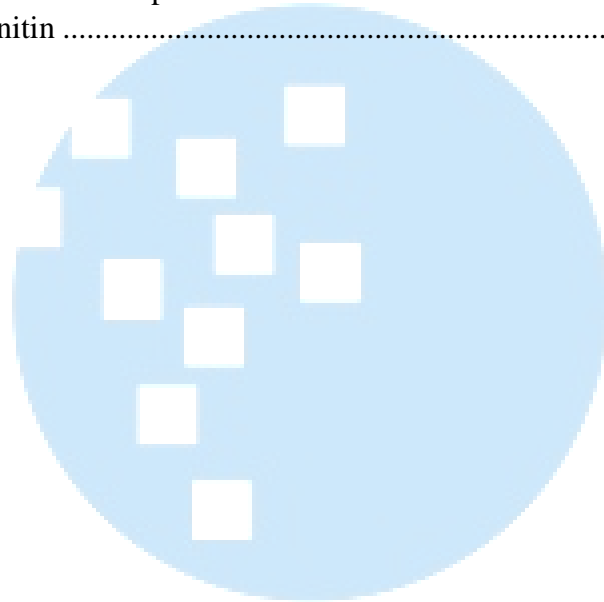
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Skystar Ventures.....	21
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Skystar Ventures .....	22
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Svstain.....	24
Gambar 3. 2 Peninjauan Konten .....	32
Gambar 3. 3 Feeds Instagram Svstain.....	33
Gambar 3. 4 Bukti Screenshot Approach Influencer .....	34
Gambar 3. 5 Meninjau Caption yang Dibuat CCO.....	35
Gambar 3. 6 Foto Bersama CCO .....	36
Gambar 3. 7 Kegiatan Brainstorming .....	37
Gambar 3. 8 Reels Instagram Svstain.....	38



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM.....	47
Lampiran 2 Kartu MBKM Kewirausahaan.....	48
Lampiran 3 Daily Task Kewirausahaan.....	49
Lampiran 4 Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan.....	70
Lampiran 5 Hasil Turnitin .....	71



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA