

**Peran Media Promosi TikTok Terhadap Produk Otys Beaute
Pada Divisi Marketing**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Zulfa Bifadhlika Fainni

00000057959

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

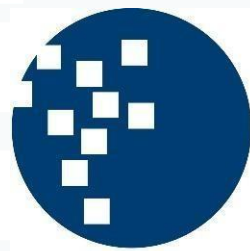
FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**Peran Media Promosi TikTok Terhadap Produk Otys Beaute
Pada Divisi Marketing**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Zulfa Bifadhlika Fainni

00000057959

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Zulfa Bifadhlika Fainni

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057959

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

Peran Media Promosi TikTok Terhadap Produk Otys Beaute Pada Divisi Marketing 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, 18/05/2024



(Zulfa Bifadhlika Fainni)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

Peran Media Promosi TikTok Terhadap Produk Otys Beaute Pada Divisi
Marketing

Oleh:

Nama : Zulfa Bifadhlika Fainni

NIM : 00000057959

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Magang Universitas multimedia Nusantara

Tangerang, 19/05/2024

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Tessa Handra S.E., M.T
03220584016



Purnamaningsih S.E., M.S.M., C.B.O.
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

Peran Media Promosi TikTok Terhadap Produk Otys Beaute Pada Divisi
Marketing

Oleh

Nama : Zulfa Bifadhlika Fainni

NIM : 0000057959

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 10/06/2024

Pukul 13.00 s/d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Pembimbing



Tessa Handra, S.E., M.T
03220584016

Penguji



Thomas Dwi Susmanto, S.T., M.S.M.
0306037103

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih S.E., M.S.M., C.B.O.

0323047801

iii

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Zulfa Bifadhlika Fainni

NIM : 00000057959

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : 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 Peran Media Promosi TikTok Terhadap Produk Otys Beaute Pada Divisi

Marketing. 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, 12/06/2024

Yang menyatakan,



(Zulfa Bifadhlika Fainni)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “Peran Media Promosi TikTok Terhadap Produk Otys Beaute Pada Divisi Marketing” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan 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. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr.Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, SE., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Tessa Handra, S.E., M.T., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Rizki Arian Amalia sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Keluarga besar PT. OTIS KOSMETIKA INDONESIA yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..

Semoga karya ilmiah ini dapat memberi banyak wawasan bagi semua orang

Tangerang, 12/06/2024



(Zulfa Bifadhlika Fainni)

Peran Media Promosi Terhadap TikTok Otys Beaute Pada Divisi Marketing

ABSTRAK

ABSTRAK Praktek magang ini bertujuan untuk mengetahui Penjualan Produk Dengan Metode Digital Marketing di PT. OTIS KOSMETIKA INDONESIA.

Pelaksanaan magang pada tanggal 15 Januari 2024 sampai dengan 27 April 2024. Metode dasar yang digunakan dalam praktek magang ini adalah Praktek Kerja Lapangan. Sedangkan pengambilan lokasi praktek magang adalah secara sengaja. PT. OTIS KOSMETIKA INDONESIA dipilih karena perusahaan tersebut memiliki peluang untuk membawa produk tersebut ke penjualan yang lebih besar. Penjualan produk tersebut dilakukan melalui online shop seperti Shopee dan juga TikTok Shop. PT. OTIS KOSMETIKA INDONESIA menggunakan media sosial sebagai bentuk promosi dan juga edukasi terkait produk yang ditawarkan melalui Instagram dan TikTok. Produk Otys Beaute ini tergolong produk baru dalam segmen kecantikan yang terkendala dalam penjualan produk yang tidak memenuhi target penjualan. Dengan begitu, solusi yang kami lakukan adalah mempromosikan produk kepada influencer serta memasang iklan melalui TikTok ads dan Facebook ads. Target penjualan produk kami rata – rata yang memang tertarik dengan produk kecantikan.

Kata kunci: Penjualan Produk

Peran Media Promosi Terhadap Produk Otys Beaute Pada Divisi Marketing

Zulfa Bifadhlika Fainni

ABSTRACT

The internship will be held from January 15 2024 to April 27 2024. The basic method used in this internship is Field Work Practice. Meanwhile, the location for internship practice was chosen deliberately. PT. OTIS KOSMETIKA INDONESIA was chosen because the company had the opportunity to bring the product to greater sales. Sales of these products are carried out through online shops such as Shopee and also TikTok Shop. PT. OTIS KOSMETIKA INDONESIA uses social media as a form of promotion and also education regarding the products offered via Instagram and TikTok. This Otys Beaute product is classified as a new product in the beauty segment which is hampered by product sales that do not meet sales targets. That way, our solution is to promote products to influencers and place advertisements via TikTok ads and Facebook ads. Our product sales target is on average those who are interested in beauty products.

Keywords: Product sales

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	ix
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	2
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	3
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	4
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	4
2.1.1 Visi Misi Perusahaan	4
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	27
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	31
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	31
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	32
3.2.1 Membuat Ads Konten	34
3.2.2 Membuat Ads Produk	36
3.2.3 Menjual Produk Secara Online	42
3.2.4 Persiapan Ketika Live Streaming	47
3.3 Kendala yang Ditemukan	50
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	56
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	62
4.1 Simpulan	62

4.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	67
A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	68
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	69
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	70
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	83
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	84
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin	85
G. Hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	88



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	9
Tabel 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Otys Beaute	5
Gambar 2.2 Produk Kolagen Minuman MixBerry Otys Beaute	6
Gambar 2.3 Produk Body Lotion Otys Beaute	7
Gambar 2.4 Produk Kolagen Bundling Mixberry dan Lotion Otys Beauyte	7
Gambar 2.5 Cara Penyajian Minuman Kolagen Otys Beaute	8
Gambar 2.6 Manfaat yang Terkandung dalam Minuman Kolagen Otys Beaute	9
Gambar 2.2 Struktur organisasi perusahaan	27
Gambar 3.2.1 Pembuatan ads konten pada TikTok Otys Beaute	35
Gambar 3.2.2 Pembuatan ads produk pada TikTok Otys Beaute	41
Gambar 3.2.3 Penjualan produk melalui TikTok Shop	45
Gambar 3.2.4 Penjualan produk melalui Shopee	46
Gambar 3.2.5 Proses ketika live streaming dilakukan	49
Gambar 4.2.1 ads konten pada TikTok Otys Beaute	87
Gambar 4.2.2 Pembuatan ads produk pada TikTok Otys Beaute	90
Gambar 4.2.3 Penjualan produk melalui TikTok	91



DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	67
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	68
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	69
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	82
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	83
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin	84
G. Hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	87

