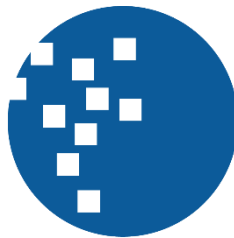


**PERANAN DIGITAL MARKETING TERHADAP
BRAND AWARENESS DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
PT MANDIRI LOGISTICS INTERNATIONAL**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Ahmad Fauzi

0000060197

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

**PERANAN DIGITAL MARKETING TERHADAP
BRAND AWARENESS DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
PT MANDIRI LOGISTICS INTERNATIONAL**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Ahmad Fauzi

00000060197

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ahmad Fauzi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000060197

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**PERANAN DIGITAL MARKETING TERHADAP
BRAND AWARENESS DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
PT MANDIRI LOGISTICS INTERNATIONAL**

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, 16 Mei 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ahmad Fauzi'.

Ahmad Fauzi

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

PERANAN DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PT MANDIRI LOGISTICS INTERNATIONAL

Oleh

Nama : Ahmad Fauzi

NIM : 00000060197

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

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

Tangerang, 17 Mei 2024

Pembimbing



Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.

NIDN : 0301087205

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN : 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERANAN DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PT MANDIRI LOGISTICS INTERNATIONAL

Oleh

Nama : Ahmad Fauzi
NIM : 00000060197
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari selasa, 4 Juni 2024
Pukul 08.00 s/d 90.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.
NIDN : 0301087205

Penguji



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

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Ahmad Fauzi
NIM : 00000060197
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:

PERANAN DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PT MANDIRI LOGISTICS INTERNATIONAL

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,



Ahmad Fauzi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“PERANAN DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PT MANDIRI LOGISTICS INTERNATIONAL”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata 1 (S1) Manajemen jurusan Marketing 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 MA, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Florentina Kurniasari T., S.sos., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E.,M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Irfan Singandaru, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Mandiri Logistics International
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Teman-teman seperjuangan, Lutfi Ali Yahya, Bryan Ramadhan, Bifadhlika Zulfa Faini, Dhamar Amelia Putri, Rindu Amalia, Valencia Antoinette, Sheila Daniska yang telah mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan dukungan, saran, dan kritik selama menyelesaikan penulisan laporan MBKM ini.
9. Shalma Ananda Putri Diwanty yang telah mensupport dan memberikan semangat tanpa henti
10. Jodoh penulis kelak kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan laporan MBKM ini, meskipun saat ini penulis tidak mengetahui keberadaanmu. Penulis

yakin setiap manusia diciptakan oleh Tuhan untuk berpasang-pasangan, maka kita akan bertemu bagaimanapun caranya

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi para pembaca yang berminat dalam bidang *marketing*.

Tangerang, 20 Mei 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ahmad Fauzi', with a stylized flourish at the end.

Ahmad Fauzi

PERANAN DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PT MANDIRI LOGISTICS INTERNATIONAL

Ahmad Fauzi

ABSTRAK

Laporan ini memaparkan pengalaman magang penulis sebagai *Digital Marketing Intern* di PT Mandiri Logistics International selama 5 bulan sesuai kontrak yang telah disepakati. Pemilihan perusahaan dilatar belakangi oleh kebutuhan untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam industri logistik yang tengah berkembang di Indonesia. Sedangkan tujuan magang ini, untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari di perkuliahan dan mendapatkan pengalaman kerja di dunia nyata. Selama magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas seperti membuat konten *media sosial*, *website*, dan membantu tim *marketing*. Hasil dari praktek kerja magang yang dilakukan oleh penulis berupa *followers*, *likes*, *comment* Instagram serta TikTok mengalami peningkatan cukup *signifikan* dan website mendapatkan konversi berupa PT Mandiri Logistics International di hubungi oleh 5 perusahaan yang ingin mengirim barang dan mendapati kontak melalui *website*, hal ini dapat membangun *Brand Awareness*. Perusahaan seharusnya siap untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi yang semakin pesat. Kemampuan untuk berinovasi akan sangat berharga dalam bisnis yang dinamis. Dengan demikian, pengalaman magang ini memberikan banyak manfaat bagi penulis, seperti meningkatkan kemampuan dan wawasan dalam dunia kerja, melatih *soft skills* dan *hard skills*, dan membangun hubungan dengan profesional di bidang logistik.

Kata Kunci: *Brand Awareness, Digital Marketing, Media Sosial, Website, PT Mandiri Logistics International*

**THE ROLE OF DIGITAL MARKETING ON
BRAND AWARENESS AND CONSUMER TRUST
PT MANDIRI LOGISTICS INTERNATIONAL**

Ahmad Fauzi

ABSTRACT

This report describes the author's internship experience as a Digital Marketing Intern at PT Mandiri Logistics International for 5 months according to the agreed contract. The choice of company was motivated by the need to gain direct experience in the growing logistics industry in Indonesia. Meanwhile, the purpose of this internship is to apply the knowledge that has been learned in lectures and gain work experience in the real world. During the internship, the author was involved in various activities such as creating social media content, websites, and helping the marketing team. The results of the internship carried out by the author in the form of followers, likes, comments on Instagram and TikTok have increased quite significantly and the website has received a conversion in the form of PT Mandiri Logistics International being contacted by 5 companies that want to send goods and get contacts through the website, this can build Brand Awareness. Companies should be ready to adapt to increasingly rapid technological changes. The ability to innovate will be very valuable in a dynamic business. Thus, this internship experience provides many benefits for the author, such as improving skills and insights in the world of work, training soft skills and hard skills, and building relationships with professionals in the logistics field.

Keywords: *Brand Awareness, Digital Marketing, Social Media, Website, PT Mandiri Logistics International*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PERSETUJUAN	3
HALAMAN PENGESAHAN	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK	8
ABSTRACT	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.....	17
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
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	21
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	21
2.1.1 Visi.....	23
2.1.2 Misi.....	23
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	23
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	25
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	25
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	26
3.2.1 Tugas yang Dilakukan.....	26
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	28
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	41
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	42
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	43
4.1 Simpulan.....	43
4.2 Saran.....	42
4.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	44
4.2.2 Saran untuk Universitas.....	45

4.2.3 Saran untuk Mahasiswa yang akan magang.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	47
A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	47
B. Kartu MBKM (MBKM 02).....	48
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	49
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).....	56
E. Form Bimbingan Internship Report.....	57
F. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	58
G. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan.....	26
-------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Pendapatan Pasar Logistik Indonesia 2020 - 2024.....	15
Gambar 2.1 Logo PT. Mandiri Logistics International.....	22
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	24
Gambar 3.1 Kedudukan Penulis.....	25
Gambar 3.2 Company Visit.....	28
Gambar 3.3 Form Rekrutmen Karyawan.....	29
Gambar 3.4 Akun Instagram dan Tiktok Perusahaan.....	30
Gambar 3.5 Traffic Instagram.....	31
Gambar 3.6 Traffic Tiktok.....	32
Gambar 3.7 Ruang Meeting.....	34
Gambar 3.8 Email Resmi Perusahaan.....	35
Gambar 3.9 Google Maps PT Mandiri Logistics International.....	36
Gambar 4.0 Website Perusahaan.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	47
B. Kartu MBKM (MBKM 02).....	48
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	49
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).....	56
E. Form Bimbingan Internship Report.....	57
F. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	58
G. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	59