

**IMPLEMENTASI DIGITAL *MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PT OTIS KOSMETIKA
INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Bryan Ramadhan B Suhartono

0000061464

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

**IMPLEMENTASI DIGITAL *MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PT OTIS KOSMETIKA
INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Bryan Ramadhan B Suhartono

00000061464

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

2024

ii

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Bryan Ramadhan B Suhartono

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061464

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

“IMPLEMENTASI DIGITAL *MARKETING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PT OTIS KOSMETIKA 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, 7 Juni 2024



Bryan Ramadhan B Suhartono

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Laporan MBKM dengan judul

“IMPLEMENTASI DIGITAL *MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PT OTIS KOSMETIKA INDONESIA”

Oleh

Nama : Bryan Ramadhan B Suhartono

NIM : 00000061464

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk disajikan pada

Sidang Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 17 Mei 2024

Pembimbing

Eko Sigit Pramudito S.T., M.M., CDM., CPM(Asia)

0302057904

Ketua Program Studi Manajemen

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

0323047801

iv

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

“IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PT OTIS KOSMETIKA INDONESIA”

Oleh

Nama : Bryan Ramadhan B Suhartono

NIM : 00000061464

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis


Telah diujikan pada hari jumat, 7 Juni 2024

Pukul 13.00 s/d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing


Eko Sigit Pramudito S.T., M.M.,
CDM., CPM(Asia)
0302057904

Penguji


Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D
0316026404

Ketua Program Studi Manajemen


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

0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Bryan Ramadhan B Suhartono

NIM : 00000061464

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:

“IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PT OTIS KOSMETIKA INDONESIA”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas *Royalty 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, 17 Mei 2024

Yang menyatakan,



Bryan Ramadhan B Suhartono

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “IMPLEMENTASI DIGITAL *MARKETING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PT OTIS KOSMETIKA INDONESIA” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana 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 M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., MBA, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Eko Sigit Pramudito, S.T., M.M., CDM, CPM(Asia), sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Sintong Sinambela sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT. Otis Kosmetika Indonesia yang telah menerima penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang.
7. Orang tua penulis Bapak M. Wahyu Bonggo Suhartono dan Indriani Laiti yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Kepada seluruh staff PT. Otis Kosmetika Indonesia yang telah memberikan penulis banyak pengalaman selama praktik kerja magang.

9. Kekasih peneliti Dhamar Amelia Putri yang selalu suport serta memberikan motivasi terus menerus kepada penulis selama praktik kerja magang.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembaca karya ini, khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 17 Mei 2024



Bryan Ramadhan B Suhartono

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PT OTIS KOSMETIKA INDONESIA

Bryan Ramadhan B Suhartono

ABSTRAK

Industri kosmetika di Indonesia mengalami peningkatan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan ini ikut mendorong pertumbuhan industri jasa maklon, di mana perusahaan seperti PT Otis Kosmetika Indonesia, yang berdiri pada tahun 2022, memanfaatkan jasa maklon untuk memproduksi produk mereka, seperti collagen drink dan lotion. Sebagai perusahaan baru, penting bagi PT Otis Kosmetika Indonesia untuk meningkatkan kesadaran merek untuk mendorong penjualan produk mereka. Penulis saat melakukan praktik magang ditempatkan pada bagian pemasaran digital, di mana memiliki tugas dan tanggung jawab dalam melakukan kampanye iklan, pembuatan konten, dan pengelolaan perdagangan elektronik. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan penjualan. Salah satu cara efektif untuk mencapai tujuan ini adalah melalui strategi pemasaran digital. Penulis melakukan berbagai strategi pemasaran digital yang berhasil meningkatkan penjualan perusahaan, menunjukkan pentingnya pemasaran digital dalam mendukung pertumbuhan bisnis baru di industri kosmetika. Penulis mendapatkan pengalaman dan pembelajaran terutama dalam hal perencanaan dan pelaksanaan kampanye iklan digital yang efektif, analisis data untuk mengukur kinerja kampanye, serta pengelolaan perdagangan elektronik dan juga belajar tentang pentingnya pembuatan konten yang menarik dan relevan untuk menarik perhatian sasaran audiens

Kata kunci: Pemasaran Digital, Pembuatan Konten, Strategi Pemasaran

“IMPLEMENTASI DIGITAL *MARKETING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PT OTIS KOSMETIKA INDONESIA”

Bryan Ramadhan B Suhartono

ABSTRACT (English)

The cosmetics industry in Indonesia has experienced rapid growth in recent years. This increase has also driven the growth of the contract manufacturing industry, where companies like PT Otis Kosmetika Indonesia, established in 2022, utilize contract manufacturing services to produce their products, such as collagen drinks and lotions. As a new company, it is crucial for PT Otis Kosmetika Indonesia to raise brand awareness to drive product sales. During the author's internship, they were placed in the digital marketing department, where they had responsibilities including conducting advertising campaigns, creating content, and managing e-commerce. These efforts were aimed at increasing brand awareness and boosting sales. One effective way to achieve these goals is through digital marketing strategies. The author implemented various digital marketing strategies that successfully increased the company's sales, highlighting the importance of digital marketing in supporting the growth of new businesses in the cosmetics industry. The author gained experience and knowledge particularly in planning and executing effective digital advertising campaigns, analyzing data to measure campaign performance, managing e-commerce, and learning the importance of creating engaging and relevant content to attract the target audience.

Keywords: *Digital Marketing, Content Creation, Marketing Strategy*

DAFTAR ISI

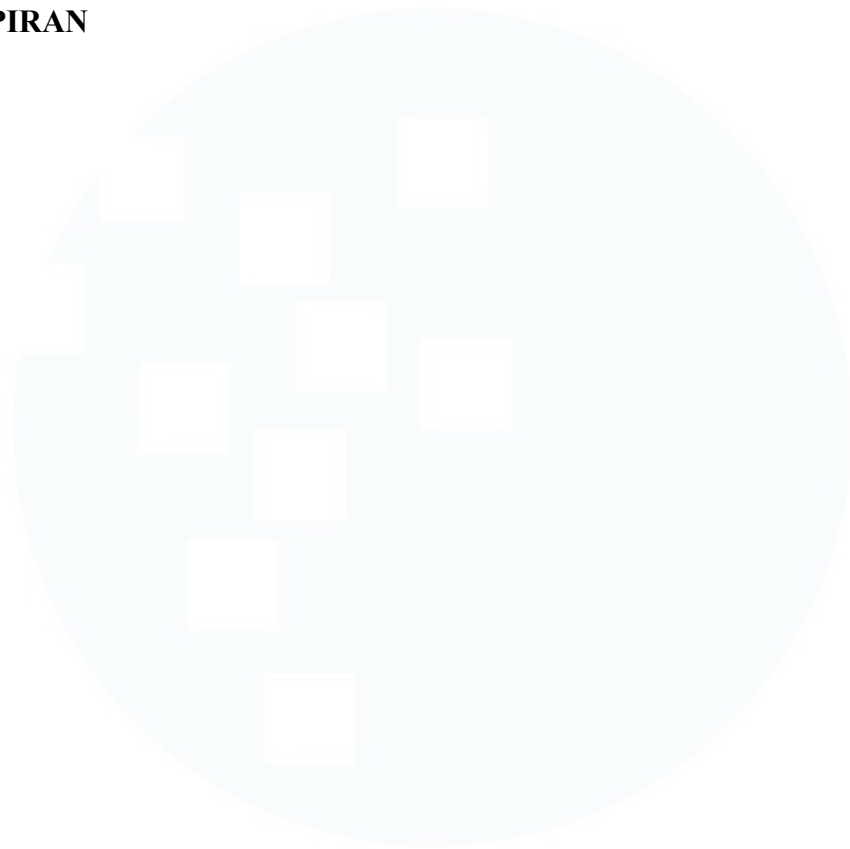
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT (English)</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	7
2.1.1 Visi Misi	9
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	9
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	11
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	11
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	11
3.2.1 Tugas Kerja Magang	11
3.2.2 Uraian Kerja Magang	13
3.3 Kendala yang Ditemukan	24
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	25
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	26
4.1 Simpulan	26
4.2 Saran	26

DAFTAR PUSTAKA

29

LAMPIRAN

30



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Magang	6
Tabel 2. 1 Produk PT Otis Kosmetika Indonesia	8
Tabel 3. 1 Tugas dan Pekerjaan	12



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Potensi Pasar Kosmetik Indonesia	1
Gambar 1.2 Tren Pengunjung <i>E-Commerce</i>	2
Gambar 2.1 Logo PT Otis Kosmetika Indonesia	7
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Otis Kosmetika Indonesia	9
Gambar 3.1 Campaign Ads	14
Gambar 3.2 Kategori Produk di E-Commerce	16
Gambar 3.3 Deskripsi Produk Collagen	17
Gambar 3.4 Deskripsi Produk Lotion	18
Gambar 3.5 Set Up Diskon	19
Gambar 3.6 Voucher Gratis Ongkir XTRA	19
Gambar 3.7 Voucher Toko Potongan Rp. 15.000	20
Gambar 3.8 Komisi Affiliate	20
Gambar 3.9 Analitik TikTok	21
Gambar 3.10 Analitik Instagram	22
Gambar 3.11 Hasil Membuat Konten	23
Gambar 3.13 Table of Content	24
Gambar 3.12 Hasil Brainstorming Ide Referensi	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	31
Lampiran 2 Kartu MBKM (MBKM 02)	32
Lampiran 3 Task Kewirausahaan (MBKM 03)	33
Lampiran 4 Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	43
Lampiran 5 Surat Penerimaan MBKM (LoA)	44
Lampiran 6 Pengecekan Hasil Turnitin	45
Lampiran 7 Hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	47

