

**AKTIVITAS MAGANG SEBAGAI CUSTOMER CHANNEL
ACTIVATION PADA SALES MARKETING DEPARTMENT
DI PT SEWU SEGAR NUSANTARA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Rininta Digdayanani

00000059257

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**AKTIVITAS MAGANG SEBAGAI CUSTOMER CHANNEL
ACTIVATION PADA SALES MARKETING DEPARTMENT
DI PT SEWU SEGAR NUSANTARA**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Rininta Digdayanani

0000059257

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama Lengkap : Rininta Digdayanani

Nomor Induk Mahasiswa : 00000059257

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul :

**AKTIVITAS MAGANG SEBAGAI CUSTOMER CHANNEL
ACTIVATION PADA SALES MARKETING DEPARTMENT
DI PT SEWU SEGAR NUSANTARA**

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 magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 04 Juni 2024




(Rininta Digdayanani)

UMM
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan Judul

AKTIVITAS MAGANG SEBAGAI CUSTOMER CHANNEL ACTIVATION PADA SALES MARKETING DEPARTMENT DI PT SEWU SEGAR NUSANTARA

Oleh

Nama : Rininta Digdayanani

NIM : 00000059257

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 18 Juni 2024

Pukul 16.00 s.d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Maria Advenita Gita Elmadada, S.I.kom., M.Si.
NIDN 030912902


Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.
NIDN 0324098002

Pembimbing


Maria Advenita Gita Elmadada, S.I.kom., M.Si.
NIDN 030912902

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.28
18:58:19 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rininta Digdayanani
NIM : 00000059257
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : Laporan Magang 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:

AKTIVITAS MAGANG SEBAGAI CUSTOMER CHANNEL ACTIVATION PADA SALES MARKETING DEPARTMENT DI PT SEWU SEGAR NUSANTARA

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, 10 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Rininta Digdayanani)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS MAGANG SEBAGAI CUSTOMER CHANNEL ACTIVATION PADA SALES MARKETING DEPARTMENT DI PT SEWU SEGAR NUSANTARA” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, saya dapat menyelesaikan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Bapak Cindyanto Kristian selaku CEO of Fresh Fruit & Go To Market di PT Sewu Segar Nusantara yang telah memberikan pengalaman kerja yang berharga dan memberikan bimbingan selama proses kerja magang berlangsung.

7. Bapak Aji Kunto Antarikso selaku National GT Sales ASC. Director yang telah menerima, membimbing, serta memberikan arahan selama proses kerja magang.
8. Ibu Evy Marini selaku Customer Channel Activation dan Supervisor bagi penulis yang telah sabar membimbing selama proses kerja magang.
9. Seluruh rekan kerja departemen sales di PT Sewu Segar Nusantara yang sudah membantu dan memberikan dukungan selama proses pelaksanaan magang.
10. Rekan kerja saya An Nisa Adiwini yang sudah bekerja sama dan selalu memberikan dukungan selama proses pelaksanaan magang berlangsung.
11. Keluarga tercinta yang senantiasa memberikan semangat serta dukungan material dan moral, selalu ada dalam kondisi apapun sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang ini.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 10 Juni 2024


(Rininta Digdayanani)

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

AKTIVITAS MAGANG SEBAGAI CUSTOMER CHANNEL ACTIVATION PADA SALES MARKETING DEPARTMENT DI PT SEWU SEGAR NUSANTARA

Rininta Digdayanani

ABSTRAK

Industri agribisnis menjadi salah satu industri yang berperan dalam meningkatkan perekonomian negara. Dalam membangun suatu bisnis tentu membutuhkan peran *customer* yang cukup besar. Pada sektor agribisnis terdapat sub – distributor sebagai customer yang memiliki peran dalam melakukan pembelian dalam jumlah besar guna didistribusikan atau dijual kembali. Hubungan yang terjalin antar kedua nya dapat dimaknai sebagai proses *business to business*, maka dari itu hubungan yang terjalin perlu dibina dengan baik agar proses bisnis dapat berjalan dengan maksimal. Guna mempelajari terkait proses komunikasi dalam menjalin hubungan dengan *customer*, penulis melakukan kerja magang sebagai *customer channel activation* yang berada dibawah naungan *Sales General Trade Department*. Pada kesempatan kali ini penulis menelaah proses *customer relationship management* dengan *The IDIC Model* sebagai proses penerapannya. Berdasarkan hasil laporan kerja magang penulis menunjukkan bahwa terdapat beberapa kendala dalam keberlangsungan membangun *customer relationship management*. Bangkit dari kendala tersebut, penulis menemukan solusi yang diharapkan dapat berguna dan membantu proses *customer relationship management* di *Sales General Trade Department* PT Sewu Segar Nusantara kedepannya.

Kata Kunci : *Business to Business, Customer Relationship Management, Industri Agribisnis, Sub – distributor, The IDIC Model*

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**INTERNSHIP ACTIVITIES AS CUSTOMER CHANNEL
ACTIVATION IN THE SALES MARKETING DEPARTMENT
AT PT SEWU SEGAR NUSANTARA**

Rininta Digdayanani

ABSTRACT

The agribusiness industry is one of the industries that plays a role in improving the country's economy. Building a business certainly requires a large customer role. In the agribusiness sector there are sub-distributors as customers who have a role in making large purchases for distribution or resale. The relationship that exists between the two can be interpreted as a business to business process, therefore the relationship that exists needs to be fostered well so that the business process can run optimally. In order to study the communication process in establishing relationships with customers, the author did an internship as a customer channel activation under the auspices of the Sales General Trade Department. On this occasion the author examines the customer relationship management process using The IDIC Model as an implementation process. Based on the results of the internship report, the author shows that there are several obstacles in continuing to build customer relationship management. Rising from these obstacles, the author found several solutions which are expected to be useful and help the customer relationship management process in the Sales General Trade Department of PT Sewu Segar Nusantara in the future.

Keywords : *Agribusiness Industry, Business to Business, Customer Relationship Management, Sub – distributor, The IDIC Model*

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN SAMPUL..... | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS..... | iv |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK..... | viii |
| ABSTRACT..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang | 5 |
| 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang..... | 5 |
| BAB II..... | 7 |
| GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN..... | 7 |
| 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan..... | 7 |

| | | |
|--------------|---|----|
| 2.1.1 | Visi Misi..... | 9 |
| 2.2 | Struktur Organisasi..... | 10 |
| BAB III..... | | 12 |
| | PELAKSANAAN KERJA MAGANG..... | 12 |
| 3.1 | Kedudukan dan Koordinasi..... | 12 |
| 3.2 | Tugas dan uraian kerja magang..... | 13 |
| 3.3 | Kendala yang ditemukan..... | 33 |
| 3.4 | Solusi atas masalah yang ditemukan..... | 35 |
| BAB IV..... | | 37 |
| | SIMPULAN DAN SARAN..... | 37 |
| 4.1 | Simpulan..... | 37 |
| 4.2 | Saran..... | 38 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 40 |
| | LAMPIRAN..... | 42 |

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Produksi Tanaman Buah – Buahan, 2021 – 2022..... | 2 |
| Gambar 2.1 Logo Sunpride..... | 7 |
| Gambar 2.2 Produk Sunpride LYFE..... | 8 |
| Gambar 2.3 Produk Nanas Kaleng Sunpride..... | 8 |
| Gambar 2.4 Persebaran Perkebunan Sunpride..... | 9 |
| Gambar 2.5 Struktur Perusahaan..... | 10 |
| Gambar 2.6 Struktur Organisasi GT Sales Department..... | 11 |
| Gambar 3.1 Alur Koordinasi..... | 12 |
| Gambar 3.2 Skirting SR 3.000..... | 13 |
| Gambar 3.3 Backdrop Safari Ramadan..... | 14 |
| Gambar 3.4 Backdrop Temu Grosir..... | 14 |
| Gambar 3.5 Design Skirting Guava..... | 15 |
| Gambar 3.6 Design Skirting Pisang..... | 16 |
| Gambar 3.7 Dokumentasi Report Skirting..... | 17 |
| Gambar 3.8 Bazaar Ramadan..... | 19 |
| Gambar 3.9 Dokumentasi Alokasi Product..... | 20 |
| Gambar 3.10 Rundown Safari Ramadan..... | 21 |
| Gambar 3.11 Rundown Temu Grosir..... | 22 |
| Gambar 3.12 Dokumentasi Safari Ramadan Bandung..... | 23 |
| Gambar 3.13 Dokumentasi Safari Ramadan Bali..... | 24 |
| Gambar 3.14 Dokumentasi Safari Ramadan Semarang..... | 24 |
| Gambar 3.15 Dokumentasi Safari Ramadan Yogyakarta..... | 25 |
| Gambar 3.16 Dokumentasi Safari Ramadan Surabaya..... | 26 |

| | |
|---|----|
| Gambar 3.17 Dokumentasi Temu Grosir..... | 26 |
| Gambar 3.18 Dokumentasi Tools SR..... | 29 |
| Gambar 3.19 Dokumentasi Distribusi Rak Mini..... | 30 |
| Gambar 3.20 Review Tools Rak Mini..... | 31 |

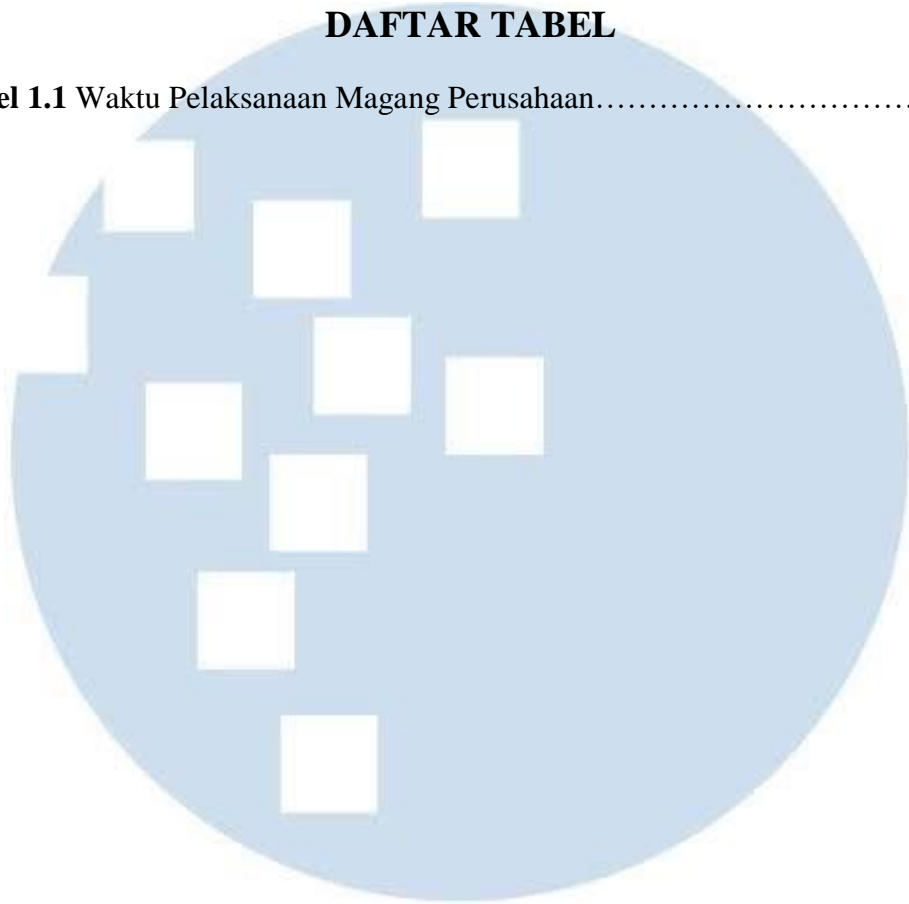


UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

| | |
|---|---|
| Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan..... | 6 |
|---|---|



UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran A. Surat Pengantar MBKM 01..... | 42 |
| Lampiran B. Kartu MBKM 02..... | 43 |
| Lampiran C. Daily Task – Internship Track 1..... | 44 |
| Lampiran D. Lembar Verifikasi Laporan Magang 04..... | 66 |
| Lampiran E. Hasil Turnitin..... | 67 |

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA