

***STRATEGI DIRECT MARKETING MELALUI EMAIL DI ERA
DIGITAL: PENGALAMAN MAGANG
DI DROPICTS PTE LTD***



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

RIZQI FATHA MUHAMMADIAH
0000052217

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024

***STRATEGI DIRECT MARKETING MELALUI EMAIL DI ERA
DIGITAL: PENGALAMAN MAGANG
DI DROPICTS PTE LTD***



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S1 Manajemen Bisnis

RIZQI FATHA MUHAMMADIAH

000000052217

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Rizqi Fatha Muhammadiyah
Nomor Induk Mahasiswa : 00000052217
Program Studi : Manajemen Bisnis

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

STRATEGI *DIRECT MARKETING* MELALUI EMAIL DI ERA DIGITAL: PENGALAMAN MAGANG DI DROPICTS PTE LTD

Laporan MBKM ini 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, 13 November 2024



(Rizqi Fatha Muhammadiyah)

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN MAGANG

Laporan MBKM dengan judul

STRATEGI DIRECT MARKETING MELALUI EMAIL DI ERA DIGITAL: PENGALAMAN MAGANG DI DROPICTS PTE LTD

Oleh

Nama : Rizqi Fatha Muhammadiyah
NIM : 00000052217
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing dan Ketua Prodi Manajemen untuk diajukan pada Sidang Ujian Kerja Magang di Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 14 November 2024

Dosen Pembimbing



Thomas Dwi Susmantoro, S.T., M.S.M.
NIDN 0306037103

Ketua Program Studi



Punamaningsih, S.E., M.S.M.
NIDN 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

STRATEGI *DIRECT MARKETING* MELALUI EMAIL DI ERA DIGITAL: PENGALAMAN MAGANG DI DROPICTS PTE LTD

Oleh

Nama : Rizqi Fatha Muhammadiyah
NIM : 00000052217
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 26 November 2024

Pukul 19.00 s/d 20.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

	Pembimbing		Penguji
Thorias Dwi Susmanto,	S.T., M.S.M.	Angelina Theodora Ratna	Primantina, SE., MM
NIDN 0306037103		NIDN 0313097403	

Ketua Program Studi Manajemen


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

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Rizqi Fatha Muhammadijah
NIM : 00000052217
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Laporan M B K M

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:

**STRATEGI *DIRECT MARKETING* MELALUI EMAIL DI ERA DIGITAL:
PENGALAMAN MAGANG DI DROPICTS PTE LTD**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmedia / 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 inisaya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 November 2024

Yang menyatakan,



Rizqi Fatha Muhammadijah

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun laporan MBKM ini dengan judul: “Strategi *Direct Marketing* Melalui Email di Era Digital: Pengalaman Magang di Dropicts Pte Ltd.” dengan baik dan tepat pada waktunya. Laporan MBKM ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memenuhipeertanggungjawaban penulis dalam menyelesaikan mata kuliah Professional Business Ethics (3 SKS), Industry Experience (7 SKS), Industry Model Validation (7 SKS), dan Evaluation and Reporting (3 SKS) dan sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan MBKM ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan MBKM ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini dengan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Ninok Leksono MA., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
5. Bapak Thomas Dwi Susmanto, S.T., M.S.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
6. Bapak Adhi Satria sebagai *Supervisor* Dropicts Pte Ltd. yang telah mendampingi serta memberikan arahan selama penulis melaksanakan program kerja magang di Dropicts Pte. Ltd.
7. Orang Tua serta keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

8. Teman-teman penulis di dalam perkuliahan dan di luar perkuliahan yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu telah memberikan penulis semangat serta dukungan selama proses penulisan laporan kerja magang.
9. Pihak-pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu selama proses kerja magang dan penyusunan laporan yang selalu mendukung penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan MBKM ini jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari permasalahan-permasalahan yang ada. Oleh karena itu, penulis menyampaikan permohonan maaf jika terdapat bahasa ataupun pembahasan yang kurang berkenan. Penulis dengan senang hati menerima segala kritik dan saran dari pembaca yang membangun agar laporan ini dapat lebih baik lagi kedepannya. Penulis berharap laporan MBKM ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca terkait aktivitas magang yang dilakukan penulis.

Tangerang, 13 November 2024



(Rizqi Fatha Muhammadiyah)



STRATEGI *DIRECT* MARKETING MELALUI EMAIL DI ERA DIGITAL: PENGALAMAN MAGANG DI DROPICTS PTE LTD

Rizqi Fatha Muhammadiyah

ABSTRAK

Program MBKM *Internship* Track 1 di Universitas Multimedia Nusantara bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan praktis tentang industri, bisnis, dan dunia kerja. Program ini berfokus pada persiapan mahasiswa untuk berpikir kritis dan menerapkan pengetahuan mereka ke dunia nyata. Mahasiswa didorong untuk menerapkan pengetahuan mereka ke situasi dunia nyata dan berusaha untuk membuat mereka lebih percaya diri dalam mencari pekerjaan.

Data HubSpot menunjukkan bahwa pemasaran email telah meningkatkan penjualan hingga 76% bisnis aktif menggunakannya untuk mempromosikan produk mereka. Program ini didukung oleh Dropicts Pte Ltd., sebuah firma pemasaran yang menyediakan layanan distribusi produk gambar di seluruh dunia. Pemasaran email adalah metode pemasaran digital populer yang dapat membantu mempromosikan bisnis.

Email marketing masih dianggap sebagai metode komunikasi yang jarang digunakan, tetapi sangat penting dalam organisasi modern. Komunikasi yang efisien sangat penting untuk komunikasi yang efektif, karena memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi dengan cepat dan mudah tanpa gangguan apa pun. Untuk mengatasi masalah ini, mahasiswa harus menyadari pentingnya email dalam pekerjaan mereka dan menggunakannya secara efektif.

Kata Kunci : Direct Marketing, Email Marketing, Marketing

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***DIRECT MARKETING STRATEGY VIA EMAIL IN THE DIGITAL
ERA: INTERNSHIP EXPERIENCE
AT DROPICTS PTE LTD***

Rizqi Fatha Muhammadiyah

ABSTRACT

The program MBKM Internship Track 1 at Nusantara Multimedia University aims to equip students with practical knowledge about industry, business, and the world of work. The program focuses on preparing students to think critically and apply their knowledge to the real world. Students are encouraged to apply their knowledge to real-world situations and work towards making them more confident in their job search.

HubSpot data shows that email marketing has increased sales by 76% of active businesses use it to promote their products. The program is supported by Dropicts Pte. Ltd., a marketing firm that provides gambar product distribution services worldwide. Email marketing is a popular digital marketing method that can help promote a business.

Email marketing is still considered a low-practice communication method, but it is crucial in modern organizations. Efficient communication is essential for effective communication, as it allows users to quickly and easily access information without any interference. To overcome this issue, students should be aware of the importance of email in their work and use it effectively.

Keywords : Direct Marketing, Email Marketing, Marketing



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN MAGANG.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	5
1.2.1 Maksud Kerja Magang	5
1.2.2 Tujuan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
1.3.1 Waktu Kerja Magang.....	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang	6
1.4 Sistematika Penulisan Laporan Magang	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	8
2.1.1 Profile Perusahaan	9
2.1.2 Layanan Dropicts Pte Ltd	10
2.1.3 Jasa yang Ditawarkan	11
2.1.4 Harga Layanan Dropicts Pte Ltd.....	17
2.1.5 Metode Pembayaran Dropicts Pte Ltd	17

2.1.6	Pengiriman dan Penerimaan Dropicts Pte Ltd	18
2.1.7	Program Layanan Dropicts Pte Ltd.....	18
2.2	Visi dan Misi Dropicts Pte Ltd.....	19
2.3	Struktur Organisasi Dropicts Pte Ltd.	19
2.4	Landasan Teori	22
2.4.1	Marketing	22
2.4.2	Market Segmentasi	23
2.4.3	<i>Digital Marketing</i>	24
2.4.4	<i>Direct Marketing</i>	25
2.4.5	<i>E-Mail Marketing Essential</i>	25
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG		28
3.1	Kedudukan dan Koordinasi	28
3.2	Tugas dan Uraian Kerja Magang	28
3.2.1	Tugas yang Dilakukan	28
3.2.2	Uraian Kerja Magang.....	29
3.2.2.1	Mengikuti training yang ada diadakan Droptics Pte Ltd	29
3.2.2.2	Mengintegrasikan Data Pelanggan Kedalam <i>Sheet</i> <i>Marketing</i> Berdasarkan Target Harian.....	30
3.2.2.3	Mengirimkan Penawaran Jasa Melalui <i>E-Mail</i> ke Calon Klien	36
3.2.2.4	Menangani Rekap Data atau Laporan Harian	42
3.2.2.5	Mengirimkan Email balasan (ketertarikan) ke Tim <i>Marketing</i>	46
3.3	Kendala yang Ditemukan	52
3.4	Solusi.....	53
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		55
4.1	Kesimpulan.....	55
4.2	Saran.....	56
4.2.1	Saran untuk perusahaan	56
4.2.2	Saran untuk Universitas Multimedia Nusantara.....	57

4.2.3	Saran untuk Mahasiswa yang akan Melakukan Magang	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	59



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan Penulis.....	29
---	----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metode Digital Marketing.....	3
Gambar 1.1 Pengguna <i>Email</i> di Dunia.....	3
Gambar 2.1 Logo Perusahaan	8
Gambar 2.2 <i>Website</i> Dropicts Pte Ltd.....	9
Gambar 2.3 Kantor Dropicts Pte Ltd	9
Gambar 2.4 <i>Ghost Mannequin service</i>	11
Gambar 2.5 <i>Background Removal</i>	11
Gambar 2.6 <i>Color Correction</i>	12
Gambar 2.7 <i>Retouching Service</i>	13
Gambar 2.8 <i>Flat Lay</i>	14
Gambar 2.9 Klien Aktif (1).....	15
Gambar 2.10 Klien Aktif (2).....	16
Gambar 2.11 Klien Aktif (3).....	16
Gambar 2.12 Harga Layanan Dropicts Pte. Ltd	17
Gambar 2.13 Struktur Organisasi perusahaan.....	19
Gambar 3.1 Kedudukan Penulis dalam Struktur Organisasi.....	28
Gambar 3.2 <i>Website</i> Apollo	30
Gambar 3.3 <i>Website</i> Apollo.....	30
Gambar 3.4 Contoh Brand di Apollo	31
Gambar 3.5 Posisi PIC	32
Gambar 3.6 Clearbit.....	33
Gambar 3.7 Contoh <i>ClearBit</i>	33
Gambar 3.8 Contoh <i>ClearBit</i> PIC	34
Gambar 3.9 <i>Sheet</i> Pribadi Penulis	35
Gambar 3.10 Contoh Sistem Otomatis.....	36
Gambar 3.11 Contoh Email B2B (1).....	37
Gambar 3.12 Contoh Email B2B (2).....	37
Gambar 3.13 Contoh Email B2B (3).....	38
Gambar 3.14 Contoh Email B2C (1).....	39

Gambar 3.15 Contoh Email B2C (2).....	39
Gambar 3.16 Contoh <i>Email</i> B2C (3).....	40
Gambar 3.17 Status Email.....	41
Gambar 3.18 Data <i>Marketing</i>	42
Gambar 3.19 Email <i>Sent</i> Maret.....	42
Gambar 3.20 Total Jumlah Email Terkirim.....	42
Gambar 3.21 <i>Line Chart</i> Email <i>Sent</i> Maret.....	43
Gambar 3.22 Email <i>Sent</i> April (2).....	43
Gambar 3.23 <i>Line Chart</i> Email <i>Sent</i> April (2).....	44
Gambar 3.24 Email <i>Sent</i> May.....	44
Gambar 3.25 <i>Line Chart</i> Email <i>Sent</i> May.....	45
Gambar 3.26 <i>Daily Activity Report</i>	45
Gambar 3.27 <i>Line Chart</i> <i>Daily Activity</i> May.....	46
Gambar 3.28 Jumlah PIC dan Apollo <i>Used</i>	46
Gambar 3.29 Interested Reply Penulis (1).....	47
Gambar 3.30 <i>Interested Reply</i> Penulis (2).....	47
Gambar 3.31 <i>Interested Reply</i> Penulis (3).....	48
Gambar 3.32 <i>Interested Reply</i> Penulis (4).....	48
Gambar 3.33 Email <i>Follow Up</i> Calon Klien.....	49
Gambar 3.34 Email <i>Follow Up</i> Calon Klien (2).....	49
Gambar 3.35 <i>Follow Up Supervisor</i> (1).....	50
Gambar 3.36 <i>Follow Up Supervisor</i> (2).....	50
Gambar 3.37 <i>Follow Up Person In charge</i> (3).....	51
Gambar 3.38 Email <i>Follow Up</i> Calon Klien (3).....	51
Gambar 3.39 Contoh Buku Panduan.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	59
B. Kartu MBKM (MBKM 02).....	60
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	61
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	69
E. Surat Penerimaan LoA.....	70
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin	71



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA