

**ANALISIS POTENSIAL MARKET DAN PENJUALAN
PRODUK PADA PT. POLLAR JAYA ABADI**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Meisha Geovanni Mulin

00000055487

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

ANALISIS POTENSIAL MARKET DAN PENJUALAN

PRODUK PADA PT. POLLAR JAYA ABADI



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Sistem Informasi

Meisha Geovanni Mulin

00000055487

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Meisha Geovanni Mulin

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055487

Program studi : Sistem Informasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

Analisis potensial market dan penjualan produk pada PT. Pollar Jaya Abadi 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 Januari 2025



Meisha Geovanni Mulin

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Meisha Geovanni Mulin
NIM : 00000055487
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Teknik Informatika
JenisKarya : Laporan Magang MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS POTENSIAL MARKET DAN PENJUALAN PRODUK PADA PT. POLLAR JAYA ABADI

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, 6 Januari 2025

Yang menyatakan,



Meisha Geovanni Mulin

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang MBKM ini dengan judul: “ANALISIS POTENSIAL MARKET DAN PENJUALAN PRODUK PADA PT. POLLAR JAYA ABADI” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Komputer Jurusan Sistem Informasi Pada Teknik dan Informatika 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. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Eng. Niki Prastomo, S.T., M.Sc, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Ririn Ikana Desanti, S.Kom., M.Kom, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Raymond Sunardi Oetama, MCIS., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kak Elysa Noey, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT. Pollar Jaya Abadi yang memberikan kesempatan penulis untuk magang dan dapat menyelesaikan program magang ini.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Serta kepada semua rekan dan orang-orang terdekat yang selalu menemani serta memberikan dukungan kepada penulis sehingga proses pembuatan laporan magang berjalan lancar.

Penulis menyadari bahwa laporan magang ini masih memiliki banyak kekurangan serta kesalahan. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima segala masukan, kritik, dan saran agar dapat menghasilkan karya tulis yang lebih baik di masa mendatang. Namun, penulis juga berharap semoga laporan ini dapat menjadi acuan, memberikan pembelajaran, serta menambah informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi para pembaca.

Tangerang, 6 Januari 2025



Meisha Geovanni Mulin



ANALISIS POTENSIAL MARKET DAN PENJUALAN

PRODUK PADA PT. POLLAR JAYA ABADI

Meisha Geovanni Mulin

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan. Salah satu perubahan terbesar terlihat pada peran media sosial yang kini menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Jumlah perangkat yang telah terhubung ke jaringan internet sebesar 212,9 juta atau sekitar 77% dan 60,4% (167 juta) masyarakat Indonesia telah menjadi pengguna media sosial aktif dari total populasi yang ada. Hal ini menjadi salah satu tantangan besar yang dihadapi oleh perusahaan PT. Pollar Jaya Abadi agar dapat mengelola pemasaran secara efektif dan menjadikan pemasaran sebagai salah satu faktor kunci bagi kesuksesan bisnis. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan bantuan *business analyst intern* agar dapat membantu perusahaan untuk menganalisis data tren pasar yang ada, visualisasi data, dan pemberian insights berbasis data untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. Lebih dari 3 bulan magang dengan total jam kerja selama 650 jam, terdapat 2 proyek yang dibuat yaitu analisa efektivitas iklan klien pada sosial media dan analisa efektivitas iklan klien pada sosial media analisa pengaruh penjualan pollar project setelah mengubah beberapa kebijakan baru yang telah diajukan. Sehingga perusahaan mampu meningkatkan efisiensi operasional, mengidentifikasi area untuk perbaikan, dan memperkuat posisinya di industri yang semakin kompetitif memberi pengaruh pada kesuksesan jangka panjang bisnis.

Kata kunci: *business analyst intern*, PT. Pollar Jaya Abadi, visualisasi data, iklan klien, penjualan.

ANALYSIS OF MARKET POTENTIAL AND PRODUCT SALES

AT PT. POLLAR JAYA ABADI

Meisha Geovanni Mulin

ABSTRACT (English)

The rapid development of digital technology in recent years has brought significant changes. One of the most notable changes is the role of social media, which has now become an integral part of daily life. The number of devices connected to the internet has reached 212.9 million, or about 77%, and 60.4% (167 million) of the Indonesian population are active social media users. This presents a major challenge for PT. Pollar Jaya Abadi to manage marketing effectively and make marketing a key factor in business success. Therefore, the company requires the assistance of a business analyst intern to help analyze existing market trends, visualize data, and provide data-driven insights to support better decision-making. Over more than three months of internship, totaling 650 working hours, two projects were undertaken: an analysis of the effectiveness of client advertisements on social media and an analysis of the impact on sales after implementing new policies in the Pollar project. As a result, the company has been able to enhance operational efficiency, identify areas for improvement, and strengthen its position in an increasingly competitive industry, influencing long-term business success.

Keywords: *business analyst intern, PT. Pollar Jaya Abadi, visualize data, client advertisements, sales.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	3
KATA PENGANTAR.....	4
ABSTRAK	6
ABSTRACT (<i>English</i>).....	7
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	18
1.2.1 Maksud Kerja Magang	18
1.2.2 Tujuan Kerja Magang.....	19
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	19
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	23
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	23
2.1.1 Visi Misi	25
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	25
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	31
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	31
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	32
3.2.1 Meeting perdana dan pembetukan tim untuk bisnis analis	35
3.2.2 Penjelasan mengenai <i>tools</i> yang digunakan.....	36
3.2.3 Proyek 1: analisa efektivitas iklan klien pada sosial media	38
3.2.4 Pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk analisa pertumbuhan bisnis pada sosial media perusahaan	39
3.2.5 Membuat visualisasi dan laporan dari hasil analisa yang telah dilakukan	40

3.2.6	Presentasi pertama dengan supervisor dan melakukan revisi dari laporan yang telah dibuat	44
3.2.7	Proyek 2: analisa pengaruh penjualan pollar project setelah mengubah beberapa kebijakan baru yang telah diajukan	45
3.2.8	Membuat visualisasi data dan analisa dari data yang telah diberikan oleh perusahaan	46
3.2.9	Menyusun laporan akhir dan melakukan presentasi akhir dengan supervisor	48
3.3	Kendala yang Ditemukan	55
3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	57
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		59
4.1	Simpulan	59
4.2	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....		64
LAMPIRAN.....		66



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	23
Tabel 3.1 Kegiatan kerja magang	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data tren pengguna internet dan media sosial pada tahun 2023	12
Gambar 2.1 Logo PT. Pollar Jaya Abadi	22
Gambar 2.2 Struktur organisasi perusahaan	25
Gambar 3.1 Logo PT. Pollar Jaya Abadi	33
Gambar 3.2 Profil Kak Elysa sebagai <i>supervisor</i>	34
Gambar 3.3 Meeting pertama dengan <i>supervisor</i>	35
Gambar 3.4 Microsoft Excel	36
Gambar 3.5 Jupyter Notebook	36
Gambar 3.6 Data client yang memasang iklan di Pollar Project	38
Gambar 3.7 Hasil visualisasi dari kinerja iklan brand MS Silver	39
Gambar 3.8 Total hasil kinerja iklan pada Shabrina Batik	40
Gambar 3.9 Hasil dari iklan brand Shabrina Batik	40
Gambar 3.10 Total hasil kinerja iklan brand Butchers	41
Gambar 3.11 Hasil dari iklan brand Butchers	42
Gambar 3.12 Dataset excel yang di distribusi jumlah <i>client</i> per bulan	45
Gambar 3.10 Total hasil kinerja iklan brand Butchers	41
Gambar 3.11 Hasil dari iklan brand Butchers	42
Gambar 3.12 Dataset excel yang di distribusi jumlah <i>client</i> per bulan	45
Gambar 3.10 Total hasil kinerja iklan brand Butchers	41
Gambar 3.11 Hasil dari iklan brand Butchers	42
Gambar 3.12 Dataset excel yang di distribusi jumlah <i>client</i> per bulan	45
Gambar 3.13 Visualisasi hasil distribusi client berdasarkan paket layanan	46
Gambar 3.14 Solusi dari tantangan yang dihadapi	47
Gambar 3.15 Solusi menggunakan teknik decoy	48
Gambar 3.16 Import dataset decoy_package.csv	48
Gambar 3.17 Tampilan dataset penjualan pada jupyter notebook	49
Gambar 3.18 Info detail dataset yang digunakan	49
Gambar 3.19 Visualisasi proporsi klien	50
Gambar 3.20 Solusi untuk menerapkan webinar	51
Gambar 3.21 Solusi untuk perbaikan pada konten	52
Gambar 3.22 Solusi untuk memasukan studi kasus	52
Gambar 3.23 Solusi untuk media sosial pollar project	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	65
Lampiran B. Kartu MBKM (MBKM 02)	66
Lampiran C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	67
Lampiran D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	79
Lampiran E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	80
Lampiran F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin	81
Lampiran G. Lampiran Form Bimbingan Internship Report	85

