

**PERAN *SERVICE MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN LAYANAN DI PT. AMALGAMATED
CONSULTING INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Catherine Okta Budi Kartika

00000060869

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERAN *SERVICE MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN LAYANAN DI PT. AMALGAMATED
CONSULTING INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Catherine Okta Budi Kartika

00000060869

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Catherine Okta Budi Kartika

Nomor Induk Mahasiswa : 00000060869

Program Studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**Peran *Service Marketing* dalam Meningkatkan Kepuasan Layanan
di PT. Amalgamated Consulting 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, 2 Juni 2025



(Catherine Okta Budi Kartika)

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

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

**PERAN *SERVICE MARKETING* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
LAYANAN DI PT. AMALGAMATED CONSULTING INDONESIA**

Oleh

Nama : Catherine Okta Budi Kartika
NIM : 00000060869
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

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

Tangerang, 27 Mei 2025

Dosen Pembimbing



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F., Ph.D
NIDN: 0708017601

Ketua Program Studi Manajemen



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

N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN *SERVICE MARKETING* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN LAYANAN DI PT. AMALGAMATED CONSULTING INDONESIA

Oleh

Nama : Catherine Okta Budi Kartika
NIM : 00000060869
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada Selasa, 10 Juni 2025
Pukul 10.00 s.d 11.00 dan dinyatakan LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F., Ph.D
NIDN: 0708017601



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP
NIDN: 0312087404

Ketua Program Studi Manajemen



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

N U S A N T A R A

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Catherine Okta Budi Kartika

NIM : 00000060869

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Laporan 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:

Peran *Service Marketing* dalam Meningkatkan Kepuasan Layanan di PT. Amalgamated Consulting Indonesia

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan laporan MBKM saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Catherine Okta Budi Kartika)

N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan program MBKM dan menyusun laporan kerja magang ini dengan judul **“PERAN *SERVICE MARKETING* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN LAYANAN DI PT. AMALGAMATED CONSULTING INDONESIA”** sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.

Melalui penulisan laporan magang ini, penulis memperoleh pengalaman baru dalam dunia kerja nyata yang berkaitan erat dengan materi pembelajaran selama menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen, khususnya pada peminatan Marketing Management. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan laporan ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan laporan kerja magang ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Ika Yanuarti, S.E., M.S.F, CSA, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, motivasi, serta masukan yang sangat berarti dalam penyusunan laporan ini.
5. Ibu Lam Meilina, selaku *Associate Director* dan supervisor yang telah memberikan bimbingan dan kesempatan untuk belajar secara langsung mengenai praktik pelayanan pajak individu selama magang berlangsung.

6. Pimpinan dan seluruh staf PT. Amalgamated Consulting Indonesia yang telah memberikan kesempatan, pengetahuan, dan pengalaman kerja yang sangat berharga.
7. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa, dukungan moral maupun material, serta menjadi sumber semangat dalam menjalani proses magang dan penyusunan laporan ini.
8. Rekan-rekan magang dan teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, yang selalu mendukung, membantu, dan memberikan semangat selama proses magang berlangsung.
9. Sahabat-sahabat terdekat penulis yang selalu hadir memberikan dukungan, semangat, candaan, serta kebersamaan yang menjadi penyemangat selama proses perkuliahan hingga magang ini berlangsung. Tanpa kalian, perjalanan ini tidak akan seberwarna ini.

Akhir kata, penulis berharap laporan kerja magang ini dapat memberikan manfaat serta menjadi sumber informasi dan inspirasi bagi pembaca, khususnya yang tertarik pada bidang Service Marketing dan pengelolaan layanan konsultasi pajak.

Tangerang, 27 Mei 2025



(Catherine Okta Budi Kartika)

N U S A N T A R A

PERAN SERVICE MARKETING DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN LAYANAN DI PT. AMALGAMATED CONSULTING INDONESIA

Catherine Okta Budi Kartika

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis di era globalisasi dan digitalisasi menuntut perusahaan jasa untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Salah satu strategi utama yang menjadi fokus dalam industri jasa adalah pemasaran jasa (service marketing), yang berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang, menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran service marketing dalam meningkatkan kepuasan layanan di PT. Amalgamated Consulting Indonesia, khususnya pada layanan perpajakan individu yang menuntut keakuratan, kecepatan, dan kepercayaan tinggi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui praktik magang, dengan mengaplikasikan teori pemasaran jasa dari Lovelock & Wirtz (2016) serta Kotler & Keller (2016), yang menekankan pentingnya dimensi kualitas layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi service marketing di PT. Amalgamated Consulting Indonesia berhasil meningkatkan kepuasan dan loyalitas klien, terutama melalui pelayanan yang profesional, responsif, akurat, serta komunikasi yang konsisten dan transparan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa service marketing memegang peranan vital dalam meningkatkan kepuasan layanan, dan penerapannya secara efektif dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan klien, sekaligus mempersiapkan perusahaan menghadapi tantangan profesional di masa depan.

Kata kunci: *service marketing, kepuasan layanan, kualitas layanan, perusahaan jasa, perpajakan*

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

***THE ROLE OF SERVICE MARKETING IN ENHANCING
SERVICE SATISFACTION AT PT AMALGAMATED
CONSULTING INDONESIA***

Catherine Okta Budi Kartika

ABSTRACT

The development of the business world in the era of globalization and digitalization requires service companies to continuously innovate in improving the quality of their services to customers. One of the main strategies that has become a focus in the service industry is service marketing, which plays an important role in building long-term relationships, creating positive customer experiences, and increasing customer satisfaction and loyalty. This study aims to analyze the role of service marketing in improving service satisfaction at PT. Amalgamated Consulting Indonesia, particularly in individual tax services that demand high levels of accuracy, speed, and trust. The method used is a qualitative approach through an internship program, applying service marketing theories from Lovelock & Wirtz (2016) and Kotler & Keller (2016), which emphasize the importance of service quality dimensions such as reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. The results show that the implementation of service marketing strategies at PT. Amalgamated Consulting Indonesia has succeeded in increasing client satisfaction and loyalty, especially through professional, responsive, and accurate service as well as consistent and transparent communication. The conclusion of this study is that service marketing plays a vital role in improving service satisfaction, and its effective implementation can strengthen long-term relationships between the company and clients, while also preparing the company to face future professional challenges.

Keywords: *service marketing, service satisfaction, service quality, service company (or service firm), taxation (or tax services)*

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 PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	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	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.1 Waktu Kerja Magang	7
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	8
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	12
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	12
2.2 Visi Misi	13
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	14
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	19
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	19
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	22
3.2.1 Uraian Pelaksanaan Tugas Utama	29
3.3 Kendala yang Ditemukan	52
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	53

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	55
4. 1 Simpulan	55
4. 2 Saran	55
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	55
4.2.2 Saran untuk Universitas	56
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa yang Akan Magang	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	59



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dalam Jasa Perpajakan	2
Tabel 1.2 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	8
Tabel 3.1 Uraian Pekerjaan Utama & Pekerjaan Pendukung	22



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indeks Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Pajak di Indonesia	3
Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Amalgamated Consulting Indonesia	14
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Departemen Pajak	19
Gambar 3.2 Kedudukan Departemen Individual Executive Tax Service	20
Gambar 3.3 Email Tugas Tax Invoice	30
Gambar 3.4 Email dan SPT tahunan	33
Gambar 3.5 Fomulir SPT tahunan 1770S	34
Gambar 3.6 Fomulir SPT tahunan 1770	36
Gambar 3.7 Proses Pengambilan E-form SPT	39
Gambar 3.8 Hasil Download E-form SPT	40
Gambar 3.9 Proses Pengupload Dokumen pendukung	41
Gambar 3.10 Pengecekan ID billing dan NPWP	44
Gambar 3.11 Data Mutasi Pembayaran SPT	47
Gambar 3.12 Proses Pembuatan ID billing pembayaran pajak Klien	49
Gambar 3.13 Hasil pembayaran ID billing	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 MBKM-01 Cover Letter Internship Track 1	59
Lampiran 2 Acceptence Letter dari Universitas Multimedia Nusantara	60
Lampiran 3 MBKM-02 Internship Track Card	61
Lampiran 4 MBKM-03 Daily Task Internship Track 1 Card	62
Lampiran 5 MBKM-04 Verification Form of Internship Report MBKM Internship Track 1	91
Lampiran 6 Form Bimbingan Internship Report	92
Lampiran 7 Hasil Cek Turnitin	94
Lampiran 8 Foto Dokumentasi Magang di PT Amalgamated Consulting Indonesia	98

