

**Peran E-Commerce Digital Marketer dalam Meningkatkan
Brand Awareness dan Penjualan melalui TikTok Shop di
CV. Protekindo Jaya Abadi**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Filipo Ariel Junior Sumanti

00000062951

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

**Peran E-Commerce Digital Marketer dalam Meningkatkan
Brand Awareness dan Penjualan melalui TikTok Shop di
CV. Protekindo Jaya Abadi**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Filipo Ariel Junior Sumanti

00000062951

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Filipo Ariel Junior Sumanti

Nomor Induk Mahasiswa : 00000062951

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN E-COMMERCE DIGITAL MARKETER DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN MELALUI TIKTOK SHOP DI CV. PROTEKINDO 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, 4 Juni 2025



Filipo Ariel Junior Sumanti

MULTIMEDIA
NUSANTARA

II

Peran E-Commerce Digital Marketer dalam Meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan melalui TikTok Shop di CV. Protekindo Jaya Abadi..., Filipo Ariel Junior Sumanti, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

**PERAN E-COMMERCE DIGITAL MARKETER DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN
MELALUI TIKTOK SHOP DI CV. PROTEKINDO JAYA**

ABADI

Oleh

Nama : Filipo Ariel Junior Sumanti
NIM : 00000062951
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 4 Juni 2025

Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

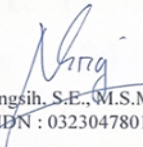
Pembimbing

Penguji


Dr. Ika Yanuarti, S.E., M.S.F, CSA
NIDN : 0708017601


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

Ketua Program Studi Manajemen


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

MULTIMEDIA
NUSANTARA

III

Peran E-Commerce Digital Marketer dalam Meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan melalui TikTok Shop di CV. Protekindo Jaya Abadi..., Filipo Ariel Junior Sumanti, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Filipo Ariel Junior Sumanti
NIM : 00000062951
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 E-COMMERCE DIGITAL MARKETER DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN MELALUI TIKTOK SHOP DI CV. PROTEKINDO JAYA ABADI

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, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,



Filipo Ariel Junior Sumanti

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

IV

Peran E-Commerce Digital Marketer dalam Meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan melalui TikTok Shop di CV. Protekindo Jaya Abadi..., Filipo Ariel Junior Sumanti, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

**PERAN E-COMMERCE DIGITAL MARKETER DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN
MELALUI TIKTOK SHOP DI CV. PROTEKINDO JAYA**

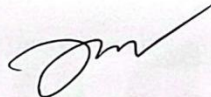
ABADI

Oleh

Nama : Filipo Ariel Junior Sumanti
NIM : 00000062951
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 4 Juni 2025

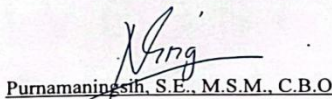
Pembimbing



Ika Yanuati, S.E., M.S.F., CSA

NIDN : 0708017601

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

NIDN : 0323047801

MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan karya ilmiah ini dengan judul:

**PERAN E-COMMERCE DIGITAL MARKETER DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN
MELALUI TIKTOK SHOP DI CV. PROTEKINDO JAYA
ABADI**

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata 1 Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Purnamaningsih, SE., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Ika Yanuarti, S.E., M.S.F, CSA sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM ini.
5. Tim di CV Protekindo Jaya Abadi, yang telah memberikan kesempatan magang, ilmu praktis, dan pengalaman berharga selama periode magang.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini akan memberikan sumbangan berarti bagi kemajuan ilmu pengetahuan, terutama dalam ranah pemasaran dan strategi bisnis. Diharapkan hasil temuan dari penelitian ini mampu menyediakan perspektif baru dan praktik yang efektif bagi CV. Protekindo Jaya Abadi dalam meningkatkan strategi pemasaran serta kinerja perusahaan di sektor e-commerce.

Selain itu, diharapkan bahwa pengalaman yang penulis peroleh selama masa magang dan proses penelitian ini akan membekali penulis dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika pasar dan kemampuan untuk menerapkannya dalam strategi pemasaran yang lebih efektif di masa depan. Penulis bertekad untuk terus mengembangkan diri dan memberikan kontribusi dalam kemajuan industri ini, serta menjadikan laporan magang ini sebagai

tonggak awal dalam pembangunan karier profesional yang berkembang di bidang pemasaran dan komunikasi.

Tangerang, 2 Juni 2025



Filipo Ariel Junior Sumanti

VII

Peran E-Commerce Digital Marketer dalam Meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan melalui TikTok Shop di CV. Protekindo Jaya Abadi..., Filippo Ariel Junior Sumanti, Universitas Multimedia Nusantara

**Peran E-Commerce Digital Marketer dalam Meningkatkan
Brand Awareness dan Penjualan melalui TikTok Shop di
CV. Protekindo Jaya Abadi**
Filipo Ariel Junior Sumanti

ABSTRAK

Dalam era digital yang terus berkembang, strategi pemasaran perusahaan harus beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada platform online. Salah satu pendekatan yang banyak diterapkan saat ini adalah pemasaran melalui media sosial, khususnya TikTok, yang terbukti mampu menarik perhatian konsumen secara luas dan cepat. Laporan ini disusun berdasarkan pengalaman magang penulis sebagai *E-Commerce Digital Marketer* di CV. Protekindo Jaya Abadi, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan alat-alat keselamatan kerja. Selama periode magang, penulis berperan dalam merancang strategi pemasaran konten, memproduksi materi promosi berbasis video, serta menganalisis efektivitas kampanye pemasaran digital untuk meningkatkan kesadaran merek dan penjualan produk. Kegiatan magang mencakup penyusunan konsep konten kreatif untuk platform TikTok Shop, pengelolaan jadwal publikasi, serta pemantauan aktivitas dan respon dari calon konsumen. Penulis juga berkontribusi dalam kerja sama dengan tim produksi untuk memastikan konten video yang dihasilkan sesuai dengan karakteristik target pasar serta memperhatikan tren dan preferensi audiens. Evaluasi dilakukan secara berkala melalui laporan mingguan yang merekam perkembangan jumlah penonton video, peningkatan interaksi pengguna, dan pertumbuhan pesanan produk melalui kanal e-commerce perusahaan. Dari hasil observasi dan analisis yang dilakukan, terbukti bahwa penerapan strategi konten yang tepat mampu memperluas jangkauan merek dan meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Laporan ini menegaskan bahwa peran *E-Commerce Digital Marketer* tidak hanya terbatas pada produksi konten semata, melainkan juga mencakup pengambilan keputusan berbasis data dan pemahaman terhadap dinamika konsumen digital. Pengalaman ini menunjukkan bahwa sinergi antara kreativitas dalam pemasaran dan pemanfaatan media sosial secara strategis dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan performa bisnis di bidang e-commerce.

Kata kunci: E-commerce, Pemasaran Digital, Brand Awareness, Penjualan.

The Role of E-Commerce Digital Marketers in Enhancing Brand Awareness and Sales via TikTok Shop at CV. Protekindo Jaya Abadi

Filipo Ariel Junior Sumanti

ABSTRACT (English)

In today's digital era, marketing strategies must adapt to changing consumer behavior, especially with the growing reliance on social media platforms. One effective approach currently applied by many businesses is digital marketing through TikTok, a platform proven to quickly and widely capture consumer attention. This report is based on the writer's internship experience as an E-Commerce Digital Marketer at CV. Protekindo Jaya Abadi, a company engaged in the distribution of safety equipment. During the internship period, the writer was involved in designing marketing content strategies, producing promotional video materials, and analyzing the effectiveness of digital marketing campaigns to increase brand awareness and product sales. Internship activities included developing creative content concepts for TikTok Shop, managing publishing schedules, and monitoring user engagement and responses. The writer also collaborated with the production team to ensure that the video content matched the characteristics of the target market while aligning with current trends and audience preferences. Regular weekly evaluations were conducted to observe the growth in video views, user interaction, and the number of product orders through the company's e-commerce channels. The findings showed that implementing well-planned content strategies contributed significantly to expanding brand visibility and generating consumer interest in the products offered. This report highlights that the role of an E-Commerce Digital Marketer goes beyond content production. It also involves making strategic decisions based on audience behavior and digital trends. This experience illustrates how combining creativity with a strategic use of social media can have a real impact on business performance in the competitive world of e-commerce.

Keywords: E-commerce, Digital Marketing, Brand Awareness, Product Sales.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	IV
HALAMAN PERSETUJUAN	V
KATA PENGANTAR	VI
ABSTRAK	VIII
<i>ABSTRACT (English)</i>	IX
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	2
1.2.1 Maksud Kerja Magang	2
1.2.2 Tujuan Kerja Magang	3
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	6
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	6
2.1.1 Visi Misi	8
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	8
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	10
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	10
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	11
3.3 Kendala yang Ditemukan	27

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	28
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	31
4.1 Simpulan	31
4.2 Saran	31
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN	35



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tugas Magang.....	12
-----------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan	6
Gambar 2.2 Perusahaan yang bekerjasama dengan CV. Protekindo Jaya Abadi	7
Gambar 2.3 Akun Toko TikTok	8
Gambar 2.4 Struktur Organisasi	9
Tabel 1.1 Tugas Magang	12
Gambar 3.1 Panduan Waktu Melakukan Live	14
Gambar 3.2 Konten-konten	14
Gambar 3.3 Membuat dan edit konten	16
Gambar 3.4 GMV dan tingkat konversi	18
Gambar 3.6 Live Novilla event 3.3	21
Gambar 3.7 Repeat buying	21
Gambar 3.8 Live di gudang Novilla	21
Gambar 3.9 Meeting dengan klien UNITWO	23
Gambar 3.10 Contoh Frame	25
Gambar 3.11 Proses pembuatan frame	25
Gambar 3.12 Masuk 5 besar Top Live Creator	26

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	35
A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	35
B. Kartu MBKM - MBKM 02	36
C. Daily Task MBKM - MBKM 03	37
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	51
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	52
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	53
G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	55