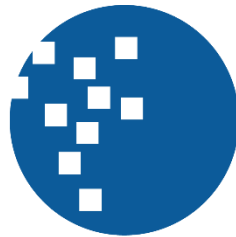


**PERAN *MARKETING AND SALES INTERN* DALAM
MENINGKATKAN PENYEWAAN PROPERTI DI KOMPAS
GRAMEDIA PROPERTY**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Jessica Nora

00000066819

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

**PERAN *MARKETING AND SALES INTERN* DALAM
MENINGKATKAN PENYEWAAN PROPERTI DI KOMPAS
GRAMEDIA PROPERTY**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Jessica Nora

00000066819

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jessica Nora

Nomor Induk Mahasiswa : 00000066819

Program Studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**PERAN *MARKETING AND SALES INTERN* DALAM MENINGKATKAN
PENYEWAAN PROPERTI DI KOMPAS GRAMEDIA PROPERTY**

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



(Jessica Nora)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan magang dengan judul
**"PERAN *MARKETING AND SALES INTERN* DALAM MENINGKATKAN
PENYEWAAN PROPERTI DI KOMPAS GRAMEDIA PROPERTY"**

Oleh

Nama : Jessica Nora
NIM : 00000066819
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 2 Juni 2025

Pembimbing



Dr. Febri Nila Chrisanty, S.E., M.M.
NIDN: 0307027602

Ketua Program Studi Manajemen



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

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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

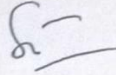
“PERAN *MARKETING AND SALES INTERN* DALAM MENINGKATKAN PENYEWAAN PROPERTI DI KOMPAS GRAMEDIA PROPERTY”

Oleh

Nama : Jessica Nora
NIM : 00000066819
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 9 Juni 2025
Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Dr. Febri Nila Chrisanty, S.E., M.M.
NIDN: 0307027602

Penguji



Dr. Hendro Budiyanto, S.Pd, MM, CHRA.
NIDN: 0315107502

Ketua Program Studi Manajemen



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

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Jessica Nora
NIM : 00000066819
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Laporan MBKM

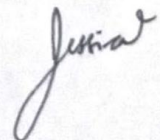
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PERAN *MARKETING AND SALES INTERN* DALAM MENINGKATKAN PENYEWAAN PROPERTI DI KOMPAS GRAMEDIA PROPERTY”

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,



(Jessica Nora)

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

KATA PENGANTAR

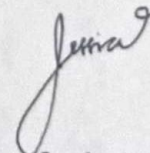
Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan praktik kerja magang (laporan MBKM) ini dengan judul: **“Peran *Marketing and Sales Intern* dalam Meningkatkan Penyewaan Properti di Kompas Gramedia Property”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat 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 laporan magang ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Febri Nila Chrisanty, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Bapak Leonardus Josaphat, selaku *Marketing & Sales Manager* di Kompas Gramedia Property yang telah memberikan arahan untuk Departemen *Marketing & Sales* dan mempercayai penulis untuk melaksanakan beberapa pekerjaan.
6. Ibu Martina Soecitro, selaku *Marketing & Sales Executive* serta Pembimbing Lapangan yang telah menjadi supervisi penulis dan memberikan pengetahuan maupun pengalaman baru selama program kerja magang.

7. Ibu Sarrentya Liza, selaku *Marketing & Sales Executive* yang telah memberikan kesempatan untuk penulis dalam melaksanakan berbagai pekerjaan dibawah pengawasannya.
8. Ibu Marchtina Theresa, selaku *Secretariat & Administration* yang telah mempercayai penulis untuk membantu dalam berbagai kegiatan *marketing & sales* yang relevan.
9. Bapak Christoper Dewa, selaku *Marketing & Sales Executive* yang telah memberikan arahan dan mempercayai penulis untuk membantu dalam berbagai macam pekerjaan di Departemen *Marketing & Sales*.
10. Bapak Teguh Budiyo, selaku *Business Development Staff* yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk membantu terkait dengan berbagai pekerjaan *business development* yang beririsan dengan *marketing & sales*.
11. Kepada Pimpinan Perusahaan Kompas Gramedia Property yang telah memperbolehkan penulis untuk belajar, bertumbuh, mengembangkan diri dan melaksanakan praktik kerja magang sebagai *Marketing & Sales Intern* di Kompas Gramedia Property.
12. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
13. Teman-teman lantai 4 di Kompas Gramedia Property yang telah memberikan semangat dan dukungan yang besar kepada penulis selama praktik kerja magang.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi inspirasi maupun menjadi sumber referensi untuk mahasiswa/i yang akan menjalankan program kerja magang.

Tangerang, 2 Juni 2025



(Jessica Nora)

N U S A N T A R A

PERAN *MARKETING AND SALES INTERN* DALAM MENINGKATKAN PENYEWAAN PROPERTI DI KOMPAS GRAMEDIA PROPERTY

(Jessica Nora)

ABSTRAK

Industri properti merupakan salah satu sektor yang paling kuat di Indonesia. Ukuran pasar *real estate* di Indonesia akan semakin berkembang di tahun 2025 sebesar \$68.55 miliar dan di tahun 2030 sebesar \$90.96 miliar. Hal tersebut melandasi keputusan penulis untuk memilih menjalankan program kerja magang sebagai *Marketing and Sales Intern* di Kompas Gramedia Property yang kredibel dan menganut nilai 5C yang inspiratif. Tanggung jawab yang penulis dapatkan adalah membuat konten sosial media dan menawarkan properti yang disewakan yang berhubungan dengan konsep pemasaran *digital marketing*, *social media marketing*, dan *direct selling*. Kesulitan dalam mendapatkan responden untuk survei kepuasan pelanggan Kafetaria eMKa menjadi kendala yang dialami penulis namun diselesaikan dengan pembuatan *broadcast* WhatsApp untuk dibagikan ke seluruh karyawan serta menghampiri karyawan secara langsung di kafetaria. Ketiadaan konsep konten di awal juga menjadi kendala sehingga penulis berinisiatif untuk membuat *content bank* maupun *content planner* agar pembuatan konten dibuat dengan lebih terkonsep dan terencana. Keterbatasan data untuk pengisian iklan berbayar diatasi dengan inisiatif dari penulis untuk bertanya kepada rekan kerja untuk meminta data yang kurang lengkap. Program kerja magang melatih penulis untuk melakukan komunikasi yang efektif, berpikir kreatif, serta membantu meningkatkan penyewaan properti di perusahaan dengan ilmu manajemen pemasaran.

Kata kunci: Penyewaan Properti, *Marketing*, *Sales*

***THE ROLE OF MARKETING AND SALES INTERN IN
INCREASING PROPERTY RENTALS AT KOMPAS GRAMEDIA
PROPERTY***

(Jessica Nora)

ABSTRACT (English)

The property industry is one of the most robust sectors in Indonesia. The size of the real estate market in Indonesia will further grow in 2025 by \$68.55 billion and in 2030 by \$90.96 billion. This underlies the author's decision to carry out an internship program as a Marketing and Sales Intern at Kompas Gramedia Property, a credible company that adheres to the inspiring 5C values. The author's responsibilities are creating social media contents and offering properties for rent, which are related to the marketing concepts of digital marketing, social media marketing, and direct selling. The difficulty in getting respondents for the Kafeteria eMKa customer satisfaction survey was resolved by making WhatsApp broadcasts and approaching employees directly in the cafeteria. The absence of a content concept was also resolved by the initiative to create a content bank and content planner in order to be more conceptualized and planned. Data limitations for filling paid advertisements were overcome by the author's initiative to ask colleagues for the incomplete data. The internship program trained the author to conduct effective communication, think creatively, and help increase property rentals with marketing management knowledge.

Keywords: Property Rentals, Marketing, Sales

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
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	21
1.2.1 Maksud Kerja Magang.....	21
1.2.2 Tujuan Kerja Magang	22
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	23
1.3.1 Waktu Kerja Magang.....	23
1.3.2 Prosedur Kerja Magang	24
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	29
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	29
2.1.1 Visi Misi	34
2.1.2 Konsep Model Bisnis Perusahaan.....	35
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	42
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	46
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	46
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	47
3.2.1 Tugas Utama	53

3.2.2 Tugas Tambahan.....	132
3.3 Kendala yang Ditemukan	188
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	189
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	192
4.1 Simpulan.....	192
4.2 Saran	194
DAFTAR PUSTAKA	198
LAMPIRAN.....	203

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama yang Penulis Lakukan.....	47
Tabel 3.2 Tugas Tambahan yang Penulis Lakukan	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Prediksi Pasar <i>Real Estate</i> di Indonesia di Tahun 2025 dan 2030	2
Gambar 1.2 Data Pertumbuhan Industri <i>Real Estate</i> (Properti) Tahun 2011-2023 Kuartal 1	3
Gambar 1.3 Inflasi Indonesia	4
Gambar 1.4 Pertumbuhan Tahunan Indeks Permintaan Kategori Sewa (% yoy) ...	8
Gambar 1.5 Pertumbuhan Tahunan Indeks Permintaan Kategori Jual (% yoy)	9
Gambar 1.6 Pertumbuhan Tahunan Indeks Pasokan Kategori Sewa (% yoy)	10
Gambar 1.7 Pertumbuhan Triwulanan Indeks Pasokan Kategori Jual (% yoy)....	11
Gambar 1.8 Platform Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan	18
Gambar 2.1 Logo Kompas Gramedia Property	30
Gambar 2.2 Alur Proses Manajemen Konstruksi Kompas Gramedia Property	35
Gambar 2.3 Alur Proses Manajemen Bangunan Kompas Gramedia Property	36
Gambar 2.4 Alur Proses Penyewaan Properti Kompas Gramedia Property	38
Gambar 2.5 Alur Proses Penjualan Properti Kompas Gramedia Property	40
Gambar 2.6 Struktur Organisasi Kompas Gramedia Property	43
Gambar 3.1 Struktur Kedudukan dan Koordinasi Departemen <i>Marketing & Sales</i> di Kompas Gramedia Property	46
Gambar 3.2 <i>Template Content Bank</i>	54
Gambar 3.3 Aktivitas Pembuatan <i>Content Bank</i> Oleh Penulis	55
Gambar 3.4 Contoh <i>Content Bank</i> Sosial Media KG Property	56
Gambar 3.5 <i>Template Content Planner</i>	57
Gambar 3.6 Opsi <i>Dropdown</i> Kolom Status	58
Gambar 3.7 Opsi <i>Dropdown</i> Kolom PIC	58
Gambar 3.8 Opsi <i>Dropdown</i> Kolom <i>Pillar</i>	58
Gambar 3.9 Opsi <i>Dropdown</i> Kolom Jenis Konten	59
Gambar 3.10 Aktivitas Pembuatan <i>Content Planner</i> Oleh Penulis	59
Gambar 3.11 Contoh <i>Content Planner</i> Bulan April	60
Gambar 3.12 Contoh <i>Content Planner</i> Bulan Mei	60
Gambar 3.13 Akun TikTok Kompas Gramedia Property	62
Gambar 3.14 Akun Instagram Kompas Gramedia Property	62
Gambar 3.15 Proses Dokumentasi Foto dan Video untuk Konten <i>Feeds</i>	63
Gambar 3.16 Contoh Tampilan Penulis Sebagai Model di Konten Sosial Media	64
Gambar 3.17 Proses Pemindahan Foto dan Video ke Google Drive	65
Gambar 3.18 Contoh Proses <i>Editing</i> Video	66
Gambar 3.19 Aktivitas Penyuntingan Konten <i>Feeds</i>	67
Gambar 3.20 Penyuntingan Konten Foto	68
Gambar 3.21 Penyimpanan Hasil Foto dan Video untuk Konten	68
Gambar 3.22 Contoh <i>Copywriting Caption</i> Postingan <i>Feeds</i>	69
Gambar 3.23 Contoh Postingan <i>Feeds</i> di Instagram KG Property	70
Gambar 3.24 Contoh Postingan <i>Feeds</i> di TikTok KG Property	70

Gambar 3.25 Canva untuk <i>Thumbnail</i> Konten <i>Feeds</i>	71
Gambar 3.26 Penambahan Logo Kompas Gramedia Property untuk <i>Thumbnail</i>	71
Gambar 3.27 Penambahan Foto untuk <i>Thumbnail</i>	72
Gambar 3.28 Penambahan Teks Judul Pada <i>Thumbnail</i>	72
Gambar 3.29 Penambahan <i>Emoticon</i> Untuk <i>Thumbnail</i>	73
Gambar 3.30 Contoh Desain <i>Thumbnail</i> Konten Video	73
Gambar 3.31 Contoh Penambahan <i>Thumbnail</i> Pada Konten Video di Instagram.....	74
Gambar 3.32 Contoh Penambahan <i>Thumbnail</i> Pada Konten Video di TikTok....	74
Gambar 3.33 Aktivitas Dokumentasi untuk Konten <i>Story</i>	76
Gambar 3.34 Contoh Proses <i>Editing Story</i> di Instagram	76
Gambar 3.35 Contoh Proses <i>Editing Story</i> di TikTok	77
Gambar 3.36 Contoh Hasil <i>Story</i> Penulis di Instagram	77
Gambar 3.37 Contoh Hasil <i>Story</i> Penulis di TikTok	78
Gambar 3.38 Canva untuk <i>Thumbnail Highlight Story</i>	78
Gambar 3.39 Proses Desain <i>Thumbnail Highlight Story</i>	79
Gambar 3.40 Penambahan Foto ke <i>Thumbnail Story</i>	79
Gambar 3.41 Hasil Desain <i>Thumbnail Highlight Story</i>	80
Gambar 3.42 Pemilihan <i>Story</i> untuk <i>Highlight Story</i>	80
Gambar 3.43 Penamaan <i>Highlight Story</i>	81
Gambar 3.44 Pemasangan <i>Thumbnail Highlight Story</i>	81
Gambar 3.45 Contoh <i>Highlight Story</i> Instagram KG Property.....	82
Gambar 3.46 Contoh <i>Story</i> yang Sudah Masuk <i>Highlight</i>	82
Gambar 3.47 Canva untuk <i>Story</i> Tanggal Merah.....	83
Gambar 3.48 Canva untuk <i>Feeds</i> Tanggal Merah	84
Gambar 3.49 <i>List</i> Tanggal Merah dan Hari Raya	84
Gambar 3.50 Pencarian Referensi Desain <i>Story</i> Tanggal Merah dan Hari Raya Tertentu	85
Gambar 3.51 Proses Penyuntingan <i>Story</i> Tanggal Merah dan Hari Raya Tertentu	86
Gambar 3.52 Hasil Desain <i>Story</i> Tanggal Merah dan Hari Raya Tertentu.....	86
Gambar 3.53 Proses Penyesuaian Ukuran <i>Story</i> Menjadi <i>Feeds</i>	87
Gambar 3.54 Hasil Desain <i>Feeds</i> Tanggal Merah dan Hari Raya Tertentu.....	87
Gambar 3.55 Contoh <i>Copywriting Caption</i> Tanggal Merah dan Hari Raya Tertentu	88
Gambar 3.56 Contoh Postingan <i>Feeds</i> Tanggal Merah dan Hari Raya Tertentu di Instagram.....	88
Gambar 3.57 Contoh Postingan <i>Feeds</i> Tanggal Merah dan Hari Raya Tertentu di TikTok.....	89
Gambar 3.58 Contoh Pengunggahan <i>Story</i> Tanggal Merah dan Hari Raya Tertentu di TikTok.....	89

Gambar 3.59 Contoh Pengunggahan <i>Story</i> Tanggal Merah dan Hari Raya Tertentu di Instagram.....	90
Gambar 3.60 Contoh <i>Broadcast</i> WhatsApp Ucapan Tanggal Merah dan Hari Raya Tertentu	90
Gambar 3.61 Video Tutorial Youtube Mengenai Penggunaan <i>Microphone</i>	92
Gambar 3.62 Pembelajaran Penggunaan <i>Microphone</i>	92
Gambar 3.63 Tutorial Youtube Mengenai Penggunaan <i>Stabalizer</i> Gimbal	93
Gambar 3.64 Pembelajaran Penggunaan <i>Stabalizer</i> Gimbal	93
Gambar 3.65 Pembelajaran Penggunaan Tripod.....	94
Gambar 3.66 Pencarian <i>Template Particullar</i>	95
Gambar 3.67 Penemuan <i>Template Canva</i>	96
Gambar 3.68 <i>Template Particullar</i> Sebelum Modifikasi.....	96
Gambar 3.69 <i>Template Particullar</i> Sesudah Modifikasi	97
Gambar 3.70 Pemberian Informasi tentang Deskripsi Rumah.....	98
Gambar 3.71 Proses Dokumentasi Bangunan.....	98
Gambar 3.72 Aktivitas Pengerjaan <i>Particullar</i> Properti.....	99
Gambar 3.73 Pemberian <i>Particullar</i> Penjualan Rumah untuk Pengecekan	100
Gambar 3.74 Pengiriman Hasil Akhir <i>Particullar</i> Penjualan Rumah.....	100
Gambar 3.75 Hasil Akhir <i>Particullar</i> Penjualan Rumah	101
Gambar 3.76 Pemberian Data Bangunan yang Disewa	102
Gambar 3.77 Pencarian Gedung Perintis di Google Maps	103
Gambar 3.78 Titik Gedung Perintis di Google Maps	103
Gambar 3.79 Radius Gedung Perintis di Google Maps	104
Gambar 3.80 Contoh Pengecekan Jarak dan Waktu di Google Maps	105
Gambar 3.81 Contoh Area Sekitar Gedung Perintis	105
Gambar 3.82 Penelusuran Aksesibilitas Transportasi Umum Gedung Perintis..	106
Gambar 3.83 Hasil <i>Particullar</i> Gedung yang Disewakan	107
Gambar 3.84 <i>Template List</i> PT	108
Gambar 3.85 Aktivitas Pembuatan <i>List</i> 20 PT.....	109
Gambar 3.86 Hasil Akhir <i>List</i> 20 PT	110
Gambar 3.87 Pemberian Hasil Akhir <i>List</i> 20 PT	111
Gambar 3.88 Aktivitas Pencatatan Saat Survei Lokasi Sewa	112
Gambar 3.89 Contoh Hasil Catatan Survei Lokasi Sewa	113
Gambar 3.90 Contoh Pengiriman Catatan Survei	113
Gambar 3.91 Proses Dokumentasi Properti	114
Gambar 3.92 Contoh Hasil Dokumentasi Properti	115
Gambar 3.93 Contoh Dokumentasi Properti Dalam <i>Particullar</i>	115
Gambar 3.94 Contoh Dokumentasi Properti Dalam Video Promosi	116
Gambar 3.95 Contoh Surat Penawaran Sewa Properti.....	117
Gambar 3.96 Aktivitas Pembuatan Surat Penawaran	118
Gambar 3.97 Surat Penawaran dan <i>Particullar</i> Properti	118

Gambar 3.98 Aktivitas <i>Canvassing</i>	119
Gambar 3.99 Contoh Proses Pemasangan Iklan di Rumah123.com.....	121
Gambar 3.100 Aktivitas Pemasangan Iklan di Platform Rumah123.com	122
Gambar 3.101 Hasil Pemasangan Iklan di Rumah123.com.....	123
Gambar 3.102 Contoh Tampilan Iklan Properti di Rumah123.com Dari Sisi Konsumen	124
Gambar 3.103 Logo Teras MK	125
Gambar 3.104 Aktivitas Pembuatan Opsi <i>Font</i> Tulisan Logo Teras MK.....	126
Gambar 3.105 Hasil Opsi <i>Font</i> Tulisan <i>Food Court</i> Teras MK	126
Gambar 3.106 <i>Template List Startup</i>	127
Gambar 3.107 Opsi <i>Dropdown</i> Kolom Status	128
Gambar 3.108 Contoh Pengisian <i>List Startup</i>	128
Gambar 3.109 Contoh Penawaran Properti Melalui WhatsApp	129
Gambar 3.110 Contoh Penawaran Properti Melalui Email.....	130
Gambar 3.111 Aktivitas Penawaran Sewa Properti Melalui WhatsApp.....	130
Gambar 3.112 Aktivitas Penawaran Sewa Properti Melalui Email	131
Gambar 3.113 Contoh <i>List Startup</i>	131
Gambar 3.114 Survei Kepuasan Pelanggan Kafetaria eMKa di Google Docs ...	134
Gambar 3.115 Bukti Chat Pemberian Google Docs Survei Kepuasan Pelanggan	135
Gambar 3.116 Pemberian Google Form Survei Kepuasan Pelanggan	135
Gambar 3.117 Desain <i>Header</i> Google Form	136
Gambar 3.118 Proses Pemasangan Desain <i>Header</i> di Google Form.....	136
Gambar 3.119 Hasil Google Form Survei Kepuasan Pelanggan Kafetaria eMKa	137
Gambar 3.120 Pembuatan <i>QR Code</i>	138
Gambar 3.121 <i>QR Code</i> Setelah Disunting.....	138
Gambar 3.122 Posisi Penempatan <i>QR Code</i> di Meja Kafetaria.....	139
Gambar 3.123 Contoh <i>File</i> Google Docs untuk <i>Print</i>	139
Gambar 3.124 Hasil <i>Print QR Code</i>	140
Gambar 3.125 Aktivitas Pengguntingan Kertas <i>QR Code</i>	140
Gambar 3.126 Hasil Pengguntingan Kertas <i>QR Code</i>	141
Gambar 3.127 Gunting dan Selotip untuk Penempelan <i>QR Code</i>	141
Gambar 3.128 Proses Penempelan Kertas <i>QR Code</i> di Meja Kafetaria	142
Gambar 3.129 Hasil Penempelan Kertas <i>QR Code</i> di Meja Kafetaria	142
Gambar 3.130 Aktivitas Pemberitahuan Pengisian Survei kepada Konsumen...	143
Gambar 3.131 <i>Broadcast</i> WhatsApp mengenai Survei Kepuasan Pelanggan....	144
Gambar 3.132 Contoh Jawaban Google Form Survei Kepuasan Pelanggan.....	144
Gambar 3.133 Contoh Hasil Pengelompokkan Pertanyaan Terbuka pada Survei Kepuasan Pelanggan	145

Gambar 3.134 Proses Pencarian Tempat Padel di Jakarta Melalui Situs Olahraga	147
Gambar 3.135 Aktivitas Pengerjaan Riset Tempat Padel di Jakarta.....	147
Gambar 3.136 Contoh Hasil Pencarian Tempat Padel di Jakarta Melalui Situs Olahraga	148
Gambar 3.137 <i>Mapping</i> Tempat Padel di Jakarta.....	149
Gambar 3.138 <i>Template</i> Pengerjaan Riset Tempat Padel di Jakarta	149
Gambar 3.139 Contoh Tampilan <i>Booking</i> Sesi Padel di Situs Ayo.co.id.....	150
Gambar 3.140 Contoh Hasil Sebagian Pengerjaan Riset Tempat Padel di Jakarta	151
Gambar 3.141 Contoh Hasil Keseluruhan Pengerjaan Riset Tempat dari Situs Ayo.co.id.....	151
Gambar 3.142 Contoh <i>Booking</i> Sesi Padel di Aplikasi.....	152
Gambar 3.143 Contoh <i>Booking</i> Sesi Padel di Situs Resmi.....	152
Gambar 3.144 Contoh Hasil Pengerjaan Riset Tempat Padel Diluar Situs Ayo.co.id.....	153
Gambar 3.145 Contoh Hasil Keseluruhan Pengerjaan Riset Tempat Padel di Jakarta	153
Gambar 3.146 Contoh <i>Inspect</i> Grafik Tingkat Kunjungan di Google Maps	154
Gambar 3.147 Contoh Hasil Data Tingkat Kunjungan Tempat Padel dengan Google Maps	155
Gambar 3.148 Tampilan Google Maps Tanpa Grafik Tingkat Kunjungan	156
Gambar 3.149 Contoh Hasil Data Tanpa Grafik Tingkat Kunjungan	156
Gambar 3.150 Contoh Susunan Ulang Data Tingkat Kunjungan Tempat Padel	157
Gambar 3.151 Tabel Mean, Tingkat Kunjungan, Deviasi, Minimum dan Maksimum.....	158
Gambar 3.152 Hasil Akhir 1 Grafik Tingkat Kunjungan Tempat Padel di Jakarta	158
Gambar 3.153 Hasil Akhir 2 Grafik Tingkat Kunjungan Tempat Padel di Jakarta	159
Gambar 3.154 Undangan Rajut [R]asa	161
Gambar 3.155 Grup WhatsApp Rajut [R]asa Februari 2025	161
Gambar 3.156 Google Form <i>Request</i> Pembuatan NIK.....	162
Gambar 3.157 Email Aktivasi Akun NIK.....	162
Gambar 3.158 Email <i>Reset Password</i>	163
Gambar 3.159 <i>Login</i> Situs Kognisi MyKG.....	164
Gambar 3.160 Video <i>Preboarding</i>	164
Gambar 3.161 Google Form Konfirmasi Kehadiran Rajut [R]asa	165
Gambar 3.162 Foto <i>Portrait</i> Penulis di Acara Rajut [R]asa	165
Gambar 3.163 Kegiatan <i>Games</i> Rajut [R]asa	166
Gambar 3.164 Sesi Rasa Rajut [R]asa	167

Gambar 3.165 Foto Sesi Karya Rajut [R]asa	167
Gambar 3.166 Foto Sesi Cipta	168
Gambar 3.167 Email Rapat <i>Update Departemen Marketing & Sales</i>	170
Gambar 3.168 Catatan Rapat <i>Update Marketing & Sales</i>	172
Gambar 3.169 Aktivitas Rapat <i>Update Marketing & Sales</i>	172
Gambar 3.170 Catatan Rapat Departemen <i>Business Development</i> dan Departemen <i>Marketing & Sales</i> tentang <i>Update Situs Serta Pelaksanaan Sosial Media</i>	174
Gambar 3.171 Aktivitas Rapat Departemen <i>Business Development</i> dan Departemen <i>Marketing & Sales</i> tentang <i>Update Situs Serta Pelaksanaan Sosial Media</i>	175
Gambar 3.172 Catatan Rapat <i>Knowledge Sharing</i>	177
Gambar 3.173 Aktivitas Rapat <i>Knowledge Sharing</i>	178
Gambar 3.174 Data Penyewaan Sebelum Promosi Digital	182
Gambar 3.175 Data Penyewaan Sesudah Promosi Digital	183

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	203
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	204
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	205
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	252
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	253
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	254
G. Semua Hasil Karya Tugas yang Dilakukan Selama MBKM	259

