

**STRATEGI OPTIMALISASI PENJUALAN GLOBAL DALAM MENINGKATKAN
KINERJA GLOBAL MARKETING PT. MAYORA INDAH TBK.**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

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

Gracella Caroline Wangsaputri
00000068188

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

**STRATEGI OPTIMALISASI PENJUALAN GLOBAL DALAM MENINGKATKAN
KINERJA GLOBAL MARKETING PT. MAYORA INDAH TBK.**



LAPORAN MAGANG

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

Gracella Caroline Wangsaputri
00000068188

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gracella Caroline

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068188

Program Studi : Manajemen

Laporan dengan judul:

“STRATEGI OPTIMALISASI PENJUALAN GLOBAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA GLOBAL MARKETING PT. MAYORA INDAH TBK.”

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 9 Juni 2025



(Gracella Caroline)

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

**“Strategi Optimalisasi Penjualan Global Dalam Meningkatkan
Kinerja Global Marketing PT. Mayora Indah Tbk.”**

Oleh

Nama : Gracella Caroline
NIM : 00000068188
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Laporan Kerja Magang Universitas Multimedia Nusantara

Dosen Pembimbing



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.

NIDN : 0320089001

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN : 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Gracella Caroline

NIM : 00000068188

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:

**“STRATEGI OPTIMALISASI PENJUALAN GLOBAL DALAM MENINGKATKAN
KINERJA GLOBAL MARKETING PT. MAYORA INDAH TBK.”**

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, 26 Mei 2025

Yang menyatakan,



(Gracella Caroline)

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

**“STRATEGI OPTIMALISASI PENJUALAN GLOBAL DALAM MENINGKATKAN
KINERJA GLOBAL MARKETING PT. MAYORA INDAH TBK.”**

Oleh

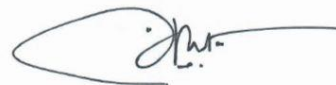
Nama : Gracella Caroline
NIM : 00000068188
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 5 Juni 2025
Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing


Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.
NIDN : 0320089001

Penguji


Dr. Ir. Yosef Budi Susanto, M.M.
NIDN : 0301056103

Ketua Program Studi Manajemen


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

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan laporan magang yang berjudul “Aktivitas Peran Global Marketing oleh PT. Mayora Indah Tbk” ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Program Studi Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Tujuan dari laporan magang ini adalah untuk memahami pengaruh dukungan pemasaran terhadap perusahaan serta memberikan manfaat bagi pihak internal dan eksternal di lingkungan akademik. Dalam proses penyusunannya, penulis memperoleh banyak dukungan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

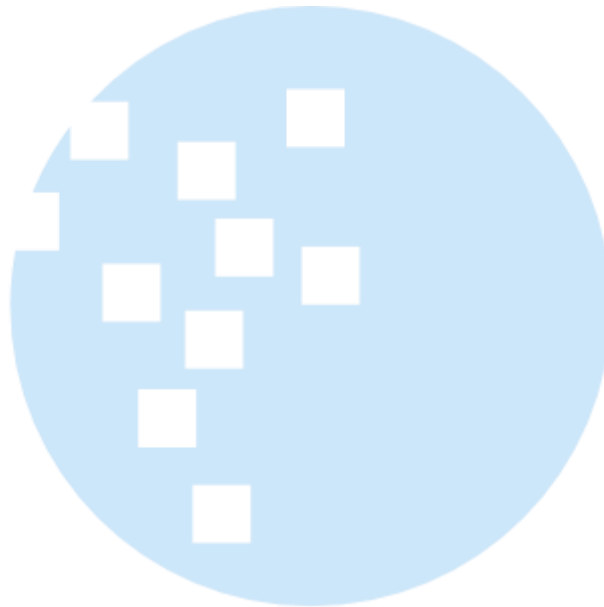
1. DR. IR. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A , selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E, M.M, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Hendro Budiyanto, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Yessica Ferra Okta, S.T.P, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Mayora Indah Tbk, yang menerima penulis untuk melakukan program MBKM dan memberikan sangat banyak pengalaman wawasan baru.
7. Tim Marketing Support Elevee Penthouses and Residences yang dengan sabar mengajarkan saya mengenai tugas dan kewajiban yang harus dikerjakan.

Penulis menyadari bahwa Laporan Praktek Kerja Magang ini masih memiliki berbagai kekurangan, baik dari aspek penulisan maupun isi materi, yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan laporan ini di masa mendatang. Penulis juga berharap laporan magang ini dapat memberikan manfaat serta menjadi sumber informasi dan wawasan bagi para pembaca.

Tangerang, 26 Mei 2025



(Gracella Caroline)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI OPTIMALISASI PENJUALAN GLOBAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA GLOBAL MARKETING PT. MAYORA INDAH TBK.

Gracella Caroline

ABSTRAK

Berdasarkan hasil pengalaman selama magang di bagian Global Marketing PT Mayora Indah Tbk, perusahaan disarankan untuk meninjau kembali strategi penetapan harga produknya di pasar luar negeri, khususnya di platform seperti Amazon USA. Langkah-langkah seperti desain produk, penawaran bundel, atau promosi harga khusus dapat menjadi solusi untuk menjaga daya saing tanpa mengurangi margin keuntungan. Selain itu, tampilan produk secara visual perlu ditingkatkan melalui penggunaan gambar yang menarik, informasi grafis, dan video singkat agar dapat meningkatkan ketertarikan pembeli. Dalam menyusun materi promosi untuk pasar internasional, pendekatan yang sesuai dengan budaya setempat sebaiknya digunakan agar komunikasi lebih efektif, sebagaimana yang dilakukan untuk target pasar Rusia. Penggunaan data penjualan secara lebih mendalam juga penting dalam merumuskan strategi pemasaran yang akurat dan responsif terhadap dinamika pasar. Di sisi lain, kerja sama antar tim lintas negara perlu diperkuat melalui sistem kerja yang terstruktur dan komunikasi yang terkoordinasi agar proyek global dapat berjalan dengan lebih efisien dan hasilnya maksimal.

Kata kunci: *Strategi Pemasaran Global, Komunikasi Visual, Analisis Kinerja Penjualan*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI OPTIMALISASI PENJUALAN GLOBAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA GLOBAL MARKETING PT. MAYORA INDAH TBK.

Gracella Caroline

ABSTRACT (English)

Based on the internship experience in the Global Marketing division of PT Mayora Indah Tbk, it is recommended that the company reassess its pricing strategies for international markets, particularly on platforms like Amazon USA. Measures such as product design adjustments, bundle offers, or special pricing promotions can be effective in maintaining competitiveness without compromising profit margins. Additionally, the visual presentation of products should be improved by incorporating attractive images, informative graphics, and short videos to enhance consumer appeal. When developing promotional materials for global markets, it is advisable to adopt culturally appropriate approaches to ensure more effective communication, as demonstrated in the case of the Russian market. A deeper use of sales data is also essential for crafting precise and responsive marketing strategies in line with market dynamics. Furthermore, collaboration between cross-border teams should be strengthened through well-structured workflows and coordinated communication to ensure that international projects run more efficiently and achieve optimal outcomes.

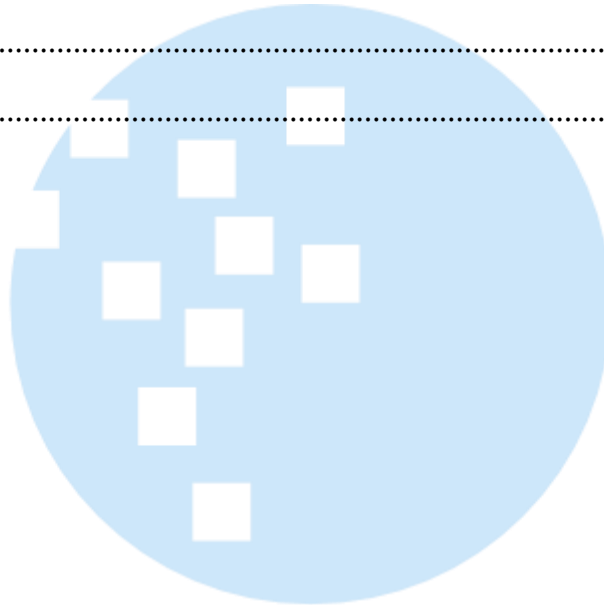
Keywords: *Global Marketing Strategy, Visual Communication, Performance Analysis*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT (English)	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
1.4 Proses Pelaksanaan Praktek Kerja Magang	8
BAB II	9
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	9
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	9
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	13
2.3 Landasan Teori	14
BAB III.....	19
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	19
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	19

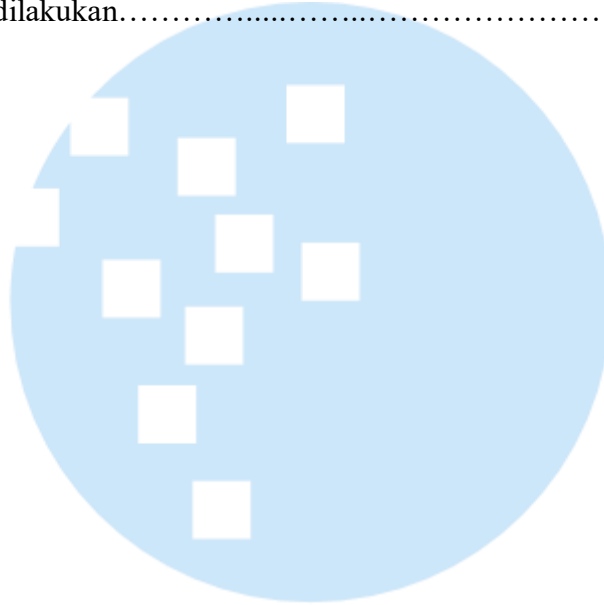
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	22
BAB IV.....	46
KESIMPULAN & SARAN.....	46
4.1 Kesimpulan.....	46
4.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	52



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Filosofi Sikap Bekerja Filosofi Sikap Bekerja.....	12
Tabel 2. 2 Prinsip PT Mayora Indah.....	13
Tabel 2. 3 Bisnis Model Canva.....	17
Tabel 3. 1 Tugas yang dilakukan.....	24



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data penjualan FMCG per tahun 2023 & 2024.....	2
Gambar 1. 2 Data Net Sales PT. Mayora Indah Tbk. tahun 2016 – 2023.....	3
Gambar 2. 1 Logo PT. Mayora Indah TBK.....	9
Gambar 2. 2 Produk PT. Mayora Indah Tbk	10
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT. Mayora Indah Tbk	14
Gambar 2. 4 Gambar Komponen SWOT oleh PT. Mayora Indah Tbk	16
Gambar 3. 1 Kedudukan Tim Global Marketing	19
Gambar 3. 2 Performance Buy box & Total order Kopiko di Amazon	26
Gambar 3. 3 Perbandingan Page Product Competitor	26
Gambar 3. 4 Excel Rekap Data Sales Kopiko Amazon	27
Gambar 3. 5 Feedback Visual Product Page Amazon	27
Gambar 3. 6 Perbandingan Harga Kopiko dengan Brand lainnya.....	28
Gambar 3. 7 Perbandingan harga Official Store vs Reseller.....	29
Gambar 3. 8 File frame rekap Torabika.....	30
Gambar 3. 9 Bukti mem-briefing ke tim Visual	30
Gambar 3. 10 Excel Rekap Competition Packaging Design	31
Gambar 3. 11 Penulisan script program stasiun Tv Russia	32
Gambar 3. 12 Hasil Perhitungan Data Net Margin Kopiko Amazon	33
Gambar 3. 13 Proses Lokasi Syuting Kopiko Blanca Phillipines	35
Gambar 3. 14 Feedback KV Visual Torabika Master & Variant	36
Gambar 3. 15 Meeting discuss proses KV Visual Master & Variant	37
Gambar 3. 16 Rekap Harga Data Production Merchandise Store	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM 01	52
Lampiran 2 Kartu MBKM 02	53
Lampiran 3 Daily Task MBKM 03.....	54
Lampiran 4 Verifikasi Laporan MBKM 04.....	67
Lampiran 5 Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	68
Lampiran 6 pengecekan hasil Turnitin.....	69
Lampiran 7 Form Bimbingan Internship Report	70
Lampiran 8 Curriculum Vitae.....	71

