

Peran *Marketing Executive* dalam Meningkatkan Konversi *Lead*

Menjadi Klien di Dreambox Agency



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

BENAYA RAJA PUTERA UTOMO

00000070451

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

**Peran *Marketing Executive* dalam Meningkatkan Konversi *Lead*
Menjadi Klien di Dreambox Agency**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

BENAYA RAJA PUTERA UTOMO

00000070451

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Benaya Raja Putera Utomo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000070451

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN MARKETING EXECUTIVE DALAM MENINGKATKAN KONVERSI LEAD MENJADI KLIEN DI DREAMBOX AGENCY

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, 26 Mei 2025



(Benaya Raja Putera Utomo)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan magang dengan judul

PERAN MARKETING EXECUTIVE DALAM MENINGKATKAN KONVERSI LEAD MENJADI KLIEN DI DREAMBOX AGENCY

	Oleh
Nama	: Benaya Raja Putera Utomo
NIM	: 00000070451
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi/Tesis/Disertasi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 26 Mei 2025

Pembimbing


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

Ketua Program Studi Ilmu
Manajemen


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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

**Peran *Marketing Executive* dalam Meningkatkan Konversi *Lead*
Menjadi Klien di Dreambox Agency**

Oleh

Nama : Benaya Raja Putera Utomo
NIM : 00000070451
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 4 Juni 2025

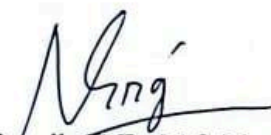
Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

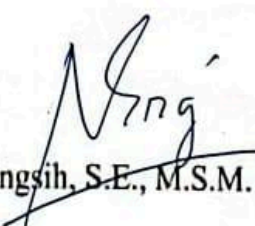
Pembimbing

Penguji


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


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

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Benaya Raja Putera Utomo

NIM : 00000070451

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 Marketing Executive dalam Meningkatkan Konversi Lead Menjadi Klien di Dreambox Agency

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,


(Benaya Raja Putera Utomo)

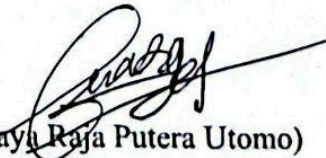
KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Kerja Magang ini dengan judul: "PERAN MARKETING EXECUTIVE DALAM MENINGKATKAN KONVERSI LEAD MENJADI KLIEN DI DREAMBOX AGENCY" dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara 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. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari, T., S.Sos., MBA., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Cherlynne Stacey Wijaya sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Dreambox Denalo International
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Tangerang, 26 Mei 2025


(Benaya Raja Putera Utomo)

**PERAN *MARKETING EXECUTIVE* DALAM
MENINGKATKAN KONVERSI *LEAD* MENJADI KLIEN DI
DREAMBOX AGENCY**

BENAYA RAJA PUTERA UTOMO

ABSTRAK

Laporan ini disusun berdasarkan pengalaman magang penulis di PT Dreambox Denalo International, sebuah agency yang bergerak di bidang branding dan pemasaran digital. Pemilihan perusahaan ini dilatarbelakangi oleh reputasinya yang kuat dalam menangani klien-klien besar serta pendekatannya yang berbasis data dan inovatif. Selama magang, penulis ditempatkan pada posisi *Marketing Intern* dan terlibat langsung dalam berbagai proses strategis seperti memahami kebutuhan klien, melakukan riset, menyusun proposal harga, mengoordinasikan meeting, hingga memimpin kickoff proyek. Proses ini memberikan pengalaman langsung dalam menerapkan teori pemasaran ke dalam praktik nyata. Selama pelaksanaan magang, penulis menghadapi beberapa kendala, seperti klien yang kurang terbuka terhadap informasi kebutuhan dan anggaran, serta sulitnya memperoleh data dari bisnis klien yang belum memiliki eksistensi digital yang jelas. Untuk mengatasi hal ini, penulis menerapkan pendekatan komunikasi yang lebih personal dan aktif, serta melakukan riset mendalam secara manual. Dengan strategi tersebut, penulis berhasil membantu tim dalam meningkatkan efektivitas konversi *lead* menjadi klien. Laporan ini memberikan gambaran nyata tentang tantangan dan solusi dalam proses pemasaran digital serta pentingnya peran *Marketing Executive* dalam membangun hubungan dan mengelola prospek secara profesional.

Kata kunci: *Marketing Executive*, Dreambox, Konversi *Lead*, Pemasaran Digital, Magang

***THE ROLE OF A MARKETING EXECUTIVE IN
CONVERTING LEADS INTO CLIENTS AT DREAMBOX
AGENCY***

BENAYA RAJA PUTERA UTOMO

ABSTRACT (English)

This report is based on the author's internship experience at PT Dreambox Denalo International, a branding and digital marketing agency. The company was selected due to its strong reputation in handling prominent clients and its innovative, data-driven approach. During the internship, the author worked as a Marketing Intern and was directly involved in various strategic activities such as identifying client needs, conducting research, preparing pricing proposals, coordinating meetings, and leading project kickoffs. These experiences allowed the author to apply marketing theories in real-world situations. Several challenges were encountered throughout the internship, including clients who were reluctant to share clear information about their needs and budgets, and difficulties in obtaining background data from businesses with limited digital presence. To overcome these issues, the author adopted a more proactive and personalized communication approach and conducted manual in-depth research. These efforts contributed to improving the conversion rate from leads to active clients. This report provides an overview of the real-world challenges and solutions in the digital marketing process and highlights the crucial role of a Marketing Executive in building relationships and managing prospects professionally.

Keyword: *Marketing Executive, Dreambox, Lead Conversion, Digital Marketing, Internship*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	4
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK	6
<i>ABSTRACT (English)</i>	<i>7</i>
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I	
PENDAHULUAN	13
Latar Belakang	13
Maksud dan Tujuan Kerja Magang	13
Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	13
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	14
Sejarah Singkat Perusahaan	14
Visi Misi	14
Struktur Organisasi Perusahaan	14
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
Kedudukan dan Koordinasi	15
Tugas dan Uraian Kerja Magang	15
Kendala yang Ditemukan	15
Solusi atas Kendala yang Ditemukan	15

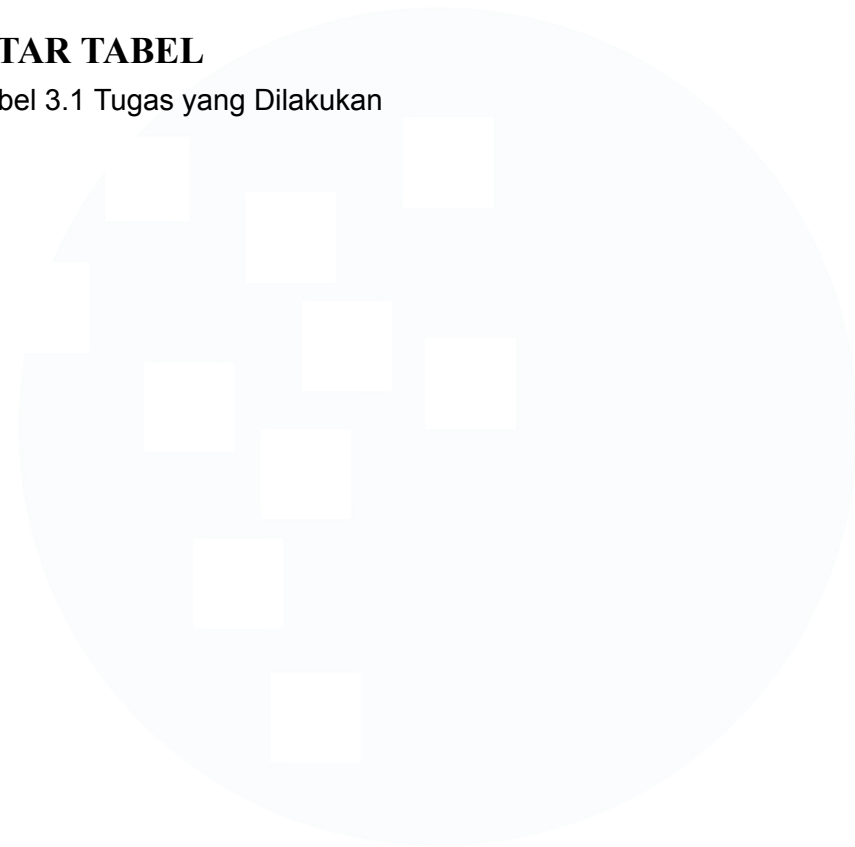
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	16
Simpulan	16
Saran	16
DAFTAR PUSTAKA	17
LAMPIRAN	18



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan

13



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 PT Dreambox Denalo International	7
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Dreambox Denalo International	8
Gambar 3.1 Struktur Kedudukan dan Koordinasi	11
Gambar 3.2 Chat Penulis Untuk Mempelajari Kebutuhan Client	16
Gambar 3.3 Chat Penulis Saat Menolak Client	18
Gambar 3.4 Jadwal Meeting Pertama Penulis	19
Gambar 3.5 Website Romance Bedding	20
Gambar 3.6 Pengiriman Company Profile	21
Gambar 3.7 Meeting dan Konsultasi Dengan Client	23
Gambar 3.8 Proposal Harga	26
Gambar 3.9 Follow Up Client	28
Gambar 3.10 Meeting Briefing Internal	30
Gambar 3.11 Meeting Kickoff External	32
Gambar 3.12 Kebutuhan Client Tidak Masuk Dengan Budget	38
Gambar 3.13 Scope of Work yang Tidak Pernah Dibuat Sebelumnya	40
Gambar 3.14 Respon Setelah Pengiriman Proposal (Respon Buruk)	42
Gambar 3.15 Penulis Melakukan Riset Klien	47
Gambar 3.16 Chat Penulis dalam Group Membahas SOW	52
Gambar 3.17 Chat Penulis Memberi Saran Kepada Klien	54

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	79
Kartu MBKM (MBKM 02)	80
Daily Task (MBKM 03)	81
Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM 04)	101
Surat Penerimaan MBKM (LoA)	102
Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	103

