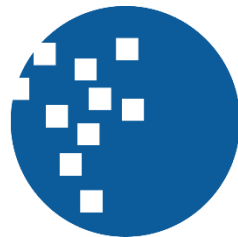


**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENGEMBANGKAN
BISNIS FASHION SENT**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Euderen Freyderik Kok

00000070708

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

**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENGEMBANGKAN
BISNIS FASHION 5ENT**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Euderen Freyderik Kok

00000070708

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Euderen Freyderik Kok

Nomor Induk Mahasiswa : 00000070708

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

Peran Digital Marketing Dalam Mengembangkan Bisnis Fashion Sent

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, 27 Mei 2025



(Euderen Freyderik Kok)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENGEMBANGKAN BISNIS FASHION SENT

Oleh

Nama : Euderen Freyderik Kok

NIM : 00000070708

Program Studi : Manajemen

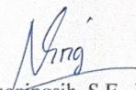
Fakultas : Bisnis

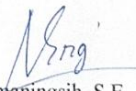
Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 27 Mei 2025.

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


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


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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan dengan judul

PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENGEKEMBANGKAN BISNIS FASHION SENT

Oleh

Nama : Euderen Freyderik Kok

NIM : 00000070708

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

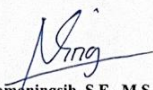
Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Juni 2025

Pukul 00.00 s/d 00.00 dan dinyatakan

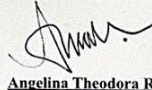
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

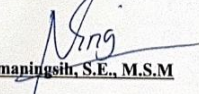
Pembimbing


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

Penguji


Angelina Theodora Ratna
Primantina, S.E., M.M.
NIDN: 0313097403

Ketua Program Studi Manajemen


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : EUDEREN FREYDERIK KOK
NIM : 00000070708
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 *DIGITAL MARKETING* DALAM MENGEMBANGKAN BISNIS
FASHION SENT

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, 27 Mei 2025

Yang menyatakan,



(Euderen Freyderik Kok)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan MBKM ini dengan judul “Peran *Digital Marketing* Dalam Mengembangkan Bisnis Fashion 5ent” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis 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. Dr. Ir. 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. Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, serta sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
4. Kak Michelle Greysiati, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
5. Skystar Ventures, selaku Perusahaan tempat magang.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan membuka wawasan mengenai peran *digital marketing* dalam mengembangkan bisnis fashion 5ent.

Tangerang, 27 Mei 2025



(Euderen Freyderik Kok)

PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENGEMBANGKAN BISNIS FASHION 5ENT

Euderen Freyderik Kok

ABSTRAK

Laporan ini mengangkat peran *digital marketing* dalam bisnis startup fashion, dengan fokus pada brand 5ENT, sebuah bisnis yang didirikan oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan didukung oleh inkubator bisnis Skystar Ventures. 5ENT dipilih karena dukungan inkubator yang memberikan pendampingan dan mentor ahli, yang berpotensi besar membantu perkembangan startup melalui strategi *digital marketing*. Kendala yang dihadapi penulis sebagai *Chief Marketing Officer* (CMO) di 5ENT meliputi kurangnya pengalaman dalam *digital marketing*, kesulitan menentukan timeline postingan konten, memahami target audiens, meningkatkan *awareness* produk dengan inovasi digital, serta hambatan dalam proses *brainstorming* karena keunikan produk. Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis mempelajari strategi pemasaran dari brand fashion Indonesia, berkomunikasi dengan tim untuk menyusun timeline dan ide konten, berkonsultasi dengan brand yang memiliki *engagement* tinggi, mengumpulkan *feedback* konsumen untuk memperkuat produk, dan memperdalam pengetahuan tentang produk serta mendapatkan wawasan dari narasumber berpengalaman. Solusi-solusi ini diharapkan dapat membantu 5ENT dalam memaksimalkan potensi *digital marketing* untuk pertumbuhan yang lebih cepat dan efektif.

Kata kunci: *Digital Marketing, Brand Awareness, Bisnis Fashion, Bisnis Skystarventure*

THE ROLE OF DIGITAL MARKETING IN DEVELOPING 5ENT'S FASHION BUSINESS

Euderen Freyderik Kok

ABSTRACT (English)

This report explores the role of digital marketing in a fashion startup business, with a focus on the brand 5ENT, a business founded by students of Universitas Multimedia Nusantara (UMN) and supported by business incubator Skystar Ventures. 5ENT was chosen because of the incubator support that provides expert mentoring and assistance, which has great potential to help the development of startups through digital marketing strategies. The obstacles faced by the author as Chief Marketing Officer (CMO) at 5ENT include lack of experience in digital marketing, difficulty determining the timeline for posting content, understanding the target audience, increasing product awareness with digital innovation, and obstacles in the brainstorming process due to the uniqueness of the product. To overcome these obstacles, the author studied marketing strategies from Indonesian fashion brands, communicated with the team to develop timelines and content ideas, consulted with high-engagement brands, collected consumer feedback to strengthen the product, and deepened product knowledge and gained insights from experienced resource persons. These solutions are expected to help 5ENT maximize the potential of digital marketing for faster and more effective growth.

Keywords: *Digital Marketing, Brand Awareness, Bisnis Fashion, Bisnis Skystarventure*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT (English)</i>	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I	
PENDAHULUAN	13
1.1. Latar Belakang	13
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	16
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	20
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	22
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	22
2.1.1 Visi Misi	24
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	24
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	30
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	30
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	31
3.3 Teori atau Konsep yang Relevan dengan Kerja Magang	48
3.4 Kendala yang Ditemukan	49
3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	50
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	52
4.1 Simpulan	52
4.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo 5ent	24
Gambar 2.2 Logo Skystar Venture	24
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	25
Gambar 3.1 Kedudukan dan Koordinasi	31
Gambar 3.2 Marketing Activity Schedule	35
Gambar 3.3 Photoshoot 5ENT	38
Gambar 3.4 Editing Foto Feeds	40
Gambar 3.5 Feeds Instagram 5ENT	42
Gambar 3.6 Foto Bersama Tim	44
Gambar 3.7 Foto Bersama Tim	47
Gambar 3.8 Bukti <i>Screenshoot</i> Mencari Referensi	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	58
Lampiran B Kartu MBKM - MBKM 02	59
Lampiran C Daily Task MBKM - MBKM 03	60
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	80
Lampiran E Surat Penerimaan MBKM (LoA)	81
Lampiran F Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	82
Lampiran G Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	87

