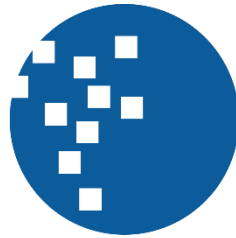


**PERAN *MARKETING BUDGET* DALAM PERENCANAAN
ANGGARAN PEMASARAN DI PT BANK OCBC NISP TBK**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Kalena Viriya Dermawan

00000072135

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

**PERAN *MARKETING BUDGET* DALAM PERENCANAAN
ANGGARAN PEMASARAN DI PT BANK OCBC NISP TBK**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Kalena Viriya Dermawan

00000072135

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Kalena Viriya Dermawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000072135

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN MARKETING BUDGET DALAM PERENCANAAN ANGGARAN

PEMASARAN DI PT BANK OCBC NISP TBK

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



(Kalena Viriya Dermawan)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN MARKETING BUDGET DALAM PERENCANAAN ANGGARAN PEMASARAN DI PT BANK OCBC NISP TBK

Oleh

Nama : Kalena Viriya Dermawan
NIM : 00000072135
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

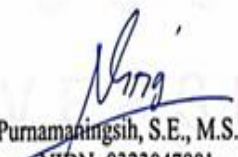
Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 2 Juni 2025

Pembimbing


Thomas Dwi Susmanto, S.T., M.S.M.
NIDN: 0306037103

Ketua Program Studi Manajemen

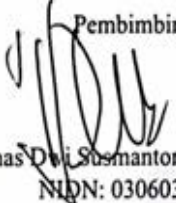

Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
NIDN: 0323047801

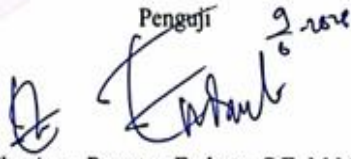
HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
"PERAN *MARKETING BUDGET* DALAM PERENCANAAN ANGGARAN
PEMASARAN DI PT BANK OCBC NISP TBK"

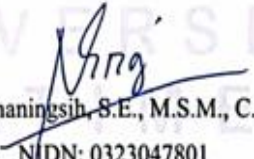
Oleh
Nama : Kalena Viriya Dermawan
NIM : 00000072135
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 4 Juni 2025
Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Thomas Dwi Susmanto, S.T., M.S.M.
NIDN: 0306037103

Penguji

Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.
NIDN: 0301087205

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 : Kalena Viriya Dermawan

NIM : 00000072135

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 BUDGET DALAM PERENCANAAN ANGGARAN

PEMASARAN DI PT BANK OCBC NISP 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, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Kalena Viriya Dermawan)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul: “Peran *Marketing Budget* dalam Perencanaan Anggaran Pemasaran di PT Bank OCBC NISP Tbk” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana 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., MBA, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M, C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Thomas Dwi Susmantoro, S.T., M.S.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ibu Indah Lidya Padang, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Bank OCBC NISP Tbk yang memberikan kesempatan penulis untuk dapat berkontribusi secara langsung untuk melaksanakan kerja magang di perusahaan.
7. Kepada Direktur PT Bank OCBC NISP Tbk yang telah memberikan kesempatan penulis untuk dapat melaksanakan kerja magang di PT Bank OCBC NISP Tbk.

8. Kepada Kepala Divisi *Marketing Communication* PT Bank OCBC NISP Tbk yang telah memberikan kesempatan penulis untuk dapat melaksanakan kerja magang di PT Bank OCBC NISP Tbk.
9. Kepada Kepala Tim *Marketing Planning & Enablement* PT Bank OCBC NISP Tbk yang telah memberikan kesempatan penulis untuk dapat melaksanakan kerja magang di PT Bank OCBC NISP Tbk.
10. Kepada seluruh anggota Tim *Marketing Budget* yang telah membimbing penulis selama penulis melaksanakan kegiatan kerja magang di PT Bank OCBC NISP Tbk.
11. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material maupun moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini dengan tepat waktu.
12. Teman-teman penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini dengan tepat waktu.
13. Seseorang yang penulis tidak dapat sebutkan namanya, yang selalu mendukung penulis dimanapun dia berada, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini dengan tepat waktu.

Semoga laporan ini dapat menjadi referensi dan acuan yang bermanfaat bagi mahasiswa lain yang akan melaksanakan kegiatan magang.

Tangerang, 2 Juni 2025



(Kalena Viriya Dermawan)

PERAN *MARKETING BUDGET* DALAM PERENCANAAN ANGGARAN

PEMASARAN DI PT BANK OCBC

(Kalena Viriya Dermawan)

ABSTRAK

Laporan ini membahas pengalaman magang penulis di PT Bank OCBC NISP Tbk sebagai *Marketing Budget* Intern selama enam bulan, mulai dari 30 Januari hingga 29 Juli 2025. Tujuan dari program magang ini adalah untuk mengaplikasikan teori manajemen anggaran pemasaran dalam praktek kerja nyata, serta memperluas pemahaman mengenai pengelolaan dan perencanaan anggaran pemasaran di sektor perbankan. Selama proses magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas, seperti penomoran dokumen anggaran (PPBJ, memo, *debit note*), pemeriksaan kelengkapan invoice, penyusunan jurnal akuntansi penyesuaian, bekerja sama dengan tim budget untuk monitor anggaran serta koordinasi antar tim. Penulis juga menghadapi beberapa kendala teknis, seperti kesulitan menentukan nomor *Internal Order (IO)* dan *General Ledger (GL)* serta validasi dokumen, namun berhasil diatasi dengan inisiatif pribadi dan bimbingan dari supervisor. Melalui pengalaman ini, penulis menyimpulkan bahwa peran *marketing budget* sangat penting dalam menjamin efisiensi dan efektivitas strategi pemasaran perusahaan. Selain itu, pengelolaan anggaran yang akurat juga menjadi kunci dalam mencapai target bisnis dan menghindari pemborosan sumber daya. Magang ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan keterampilan teknis dan profesional penulis di dunia kerja.

Kata kunci: Penganggaran, Anggaran Pemasaran, Magang, Perbankan

The Role of Marketing Budget in Marketing Budget Planning at

PT Bank OCBC NISP Tbk

(Kalena Viriya Dermawan)

ABSTRACT

This report discusses the author's internship experience at PT Bank OCBC NISP Tbk as a marketing budget intern for six months, starting from January 30 to July 29, 2025. The purpose of this internship program is to apply marketing budget management theory in real work practices, as well as to broaden the understanding of marketing budget management and planning in the banking sector. During the internship process, the author was involved in various activities, such as numbering budget documents (PPBJ, memo, debit note), checking the completeness of invoices, preparing adjusting accounting journals, working with the budget team to monitor the budget, and coordinating between teams. The author also faced several technical obstacles, such as difficulty in determining the Internal Order (IO) and General Ledger (GL) numbers and document validation, but they were successfully overcome with personal initiative and guidance from the supervisor. Through this experience, the author concluded that the role of the marketing budget is very important in ensuring the efficiency and effectiveness of the company's marketing strategy. In addition, accurate budget management is also key to achieving business targets and avoiding waste of resources. This internship contributed significantly to the development of the author's technical and professional skills in the workplace.

Keywords: Budgeting, Marketing Budget, Internship, Banking

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

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
ABSTRACT (<i>English</i>).....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	5
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	8
2.1.1 Visi Misi.....	10
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	11
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	14
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	14
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	16
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	26

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	27
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN.....	29
4.1 Simpulan.....	29
4.2 Saran.....	30
DAFTAR PUSTAKA.....	32
LAMPIRAN.....	34



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama dan Uraian Kerja Magang.....	16
Tabel 3.2 Tugas Tambahan dan Uraian Kerja Magang.....	18



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Favorit Gen Z dan Millenial Indonesia.....	1
Gambar 2.1 Logo PT Bank OCBC NISP Tbk.....	8
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Bank OCBC NISP Tbk.....	11
Gambar 3.1 Struktur Kedudukan dan Organisasi-Marketing Communication Division.....	14
Gambar 3.2 Header Dokumen PPBJ.....	20
Gambar 3.3 Isi Dokumen PPBJ.....	20
Gambar 3.4 Laporan Perkembangan IT (Instruksi Tertulis).....	26



DAFTAR LAMPIRAN

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.....	57
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	58
F. Hasil Pengecekan Turnitin.....	60
G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM.....	62





UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA