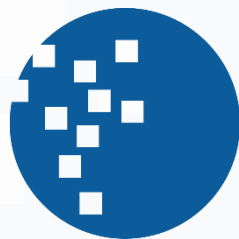


**STRATEGI MARKETING SOSIAL MEDIA DAN E-
COMMERCE DALAM MEMBAWA NYAMBEL BANGET
MENUJU KEBERHASILAN PENJUALAN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Angelica Felencia Alexandra

00000072790

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

STRATEGI MARKETING SOSIAL MEDIA DAN E-COMMERCE DALAM MEMBAWA NYAMBEL BANGET MENUJU KEBERHASILAN PENJUALAN



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Angelica Felencia Alexandra

00000072790

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Angelica Felencia Alexandra

Nomor Induk Mahasiswa : 00000072790

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

STRATEGI MARKETING SOSIAL MEDIA DAN E-COMMERCE DALAM MEMBAWA NYAMBEL BANGET MENUJU KEBERHASILAN PENJUALAN

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



(Angelica Felencia Alexandra)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul
**STRATEGI MARKETING SOSIAL MEDIA DAN E-COMMERCE
DALAM MEMBAWA NYAMBEL BANGET MENUJU KEBERHASILAN
PENJUALAN**

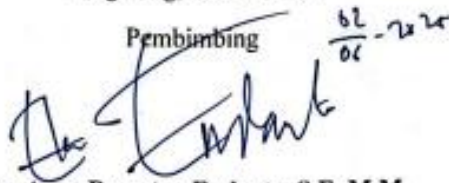
Oleh

Nama : Angelica Felencia Alexandra
NIM : 00000072790
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diSetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Laporan Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 2 Juni 2025

Pembimbing



Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.

NIDN : 0301087205

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN : 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN CHIEF MARKETING OFFICER DALAM MEMBAWA MARKETING NYAMBEL BANGET MENUJU KEBERHASILAN PENJUALAN

Oleh

Nama : Angelica Felencia Alexandra
NIM : 00000072790
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025

Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

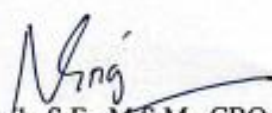
Pembimbing


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

Penguji


Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par.
NIDN : 0313089201

Ketua Program Studi Manajemen


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

iv

Strategi Marketing Sosial Media dan E-commerce Dalam Membawa Nyambel Banget Menuju
Keberhasilan Penjualan, Angelica Felencia, Universitas Multimedia Nusantara

iv

Strategi Marketing Sosial Media dan E-commerce Dalam Membawa Nyambel Banget Menuju
Keberhasilan Penjualan, Angelica Felencia, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Angelica Felencia Alexandra
NIM : 00000072790
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:

STRATEGI MARKETING SOSIAL MEDIA DAN E-COMMERCE DALAM MEMBAWA NYAMBEL BANGET MENUJU KEBERHASILAN PENJUALAN

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,



(Angelica Felencia Alexandra)

N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: "Strategi Marketing Sosial Media dan E-commerce Dalam Membawa Nyambel Banget Menuju Keberhasilan Penjualan" 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. Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Dedy Syandera Putra, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan SkystarVenture.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..

Tangerang, 2 Juni 2025



(Angelica Felencia Alexandra)

STRATEGI MARKETING SOSIAL MEDIA DAN E-COMMERCE DALAM MEMBAWA NYAMBEL BANGET MENUJU KEBERHASILAN PENJUALAN

(Angelica Felencia Alexandra)

ABSTRAK

Laporan ini membahas pembelajaran dan pengalaman yang diperoleh melalui program MBKM di perusahaan Nyambel Banget, Nyambel Banget bergerak di bidang produksi dan penjualan produk sambal siap saji. Sambal merupakan makanan pendamping khas Indonesia yang memiliki banyak peminat dan merupakan salah satu kebutuhan sebagian masyarakat Indonesia terkhususnya masyarakat yang tidak ada waktu untuk membuat dan menikmati sambal tanpa harus repot, Nyambel Banget hadir untuk memenuhi kebutuhan tersebut, dengan mengembangkan produk sambal kemasan siap saji dengan kualitas tinggi dan memiliki berbagai varian yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan. Terdapat kendala utama dari Nyambel Banget dalam upaya menyebarluaskan produk dan menjangkau target pasar yang lebih luas. Kendala tersebut muncul dikarenakan aksesibilitas dalam menjangkau target pasar maupun konsumen masih sangat terbatas. Solusi yang diterapkan adalah memanfaatkan sosial media dalam memperkenalkan dan menjual produk Nyambel Banget. Melalui langkah perubahan tersebut, diharapkan Nyambel Banget dapat meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan konsumen.

Kata kunci: media sosial, marketing sambal, sambal siap saji.

SOCIAL MEDIA AND E-COMMERCE MARKETING
STRATEGIES IN BRINGING NYAMBEL BANGET MENU TO
SALES SUCCESS

(Angelica Felencia Alexandra)

ABSTRACT (English)

This report discusses the lessons and experiences gained through the MBKM program at Nyambel Banget , a company engaged in the production and sales of ready to eat sambal products . Sambal is a traditional Indonesian side dish with many enthusiasts and it is considered a necessity for many Indonesians, especially those who do not have time to make and enjoy sambal without the hassle. Nyambel Banget aims to meet this need by developing high quality packaged sambal with various variants that can be enjoyed by different groups of people. One of the main challenges faced by Nyambel Banget in its efforts to spread the product and reach a wider target market is limited accessibility in reaching the target market and consumers. The solution applied was to utilize social media to introduce and sell Nyambel Banget products. Through this strategic change , it is hoped that Nyambel Banget can increase its visibility and expand its consumer reach.

Keywords: *sambal, ready-to-eat sambal, social media, marketing*

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	3
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	5
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	5
2.1.1 Visi Misi	6
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	7
2.3 Sejarah Singkat Perusahaan Nyambel Banget	9
2.3.1 Visi Misi Nyambel Banget	10
2.4 Struktur Organisasi Nyambel Banget	11
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	13
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	14
3.3 Kendala yang Ditemukan	21
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	21
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	23
4.1 Simpulan	23
4.2 Saran	24
DAFTAR PUSTAKA	25
LAMPIRAN	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Perusahaan Skystar Ventures	6
Gambar 2. 2 Management Team Skystar Ventures	7
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Nyambel Banget	11
Gambar 3. 1 Profile Instagram Nyambel Banget	16
Gambar 3. 2 postingan tema Imlek dan Natal	17
Gambar 3. 3 Produk yang dijual di Shopee Nyambel Banget	18
Gambar 3. 4 profile TikTok Nyambel Banget	19
Gambar 3. 5 Analisis Data Bulan Maret 2025	20
Gambar 3. 6 Analisa Data Bulan April-May 2025	20



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	27
Lampiran B Kartu MBKM - MBKM 02	28
Lampiran C Daily Task MBKM - MBKM 03	29
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	38
Lampiran E Surat Penerimaan MBKM (LoA)	39
Lampiran F Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	40

