

**PERAN DAN IMPLEMENTASI KEGIATAN MARKETING
INTERN DI PERUSAHAAN MOTOMAX**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Patrick Thengono

00000075165

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

**PERAN DAN IMPLEMENTASI KEGIATAN MARKETING
INTERN DI PERUSAHAAN MOTOMAX**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Program Studi Manajemen

Patrick Thengono

00000075165

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Patrick Thengono

Nomor Induk Mahasiswa : 00000075165

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

Peran dan Implementasi Kegiatan Marketing Intern di Perusahaan Motomax

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



(Patrick Thengono)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul
**Peran dan Implementasi Kegiatan Marketing Intern di Perusahaan
Motomax**

Oleh
Nama : Patrick Thengono
NIM : 00000075165
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Laporan Kerja Magang Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, Juni 2025

Dosen Pembimbing



Eko Sigit Pramudita, S.T., M.M., CDM., CPM(Asia)
NIDN: 0302057904

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

**Peran dan Implementasi Kegiatan Marketing Intern di Perusahaan
Motomax**

Oleh

Nama : Patrick Thengono

NIM 00000075165

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 4 Juni 2025

Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Dosen Pembimbing



Eko Sigit Pramudito S. T. M.M., CDM., CPM(Asia)

NIDN: 0302057904

Penguji



Putu Yani Pratiwi, S. T., M.M.

NIDN: 0314018302

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN: 0323047801

iv

**Peran dan Implementasi Kegiatan Marketing Intern di Perusahaan Motomax, Patrick
Thengono, Universitas Multimedia Nusantara**

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Patrick Thengono

NIM : 00000075165

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:

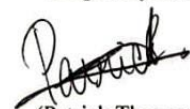
Peran dan Implementasi Kegiatan Marketing Intern di Perusahaan

Motomax

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,



(Patrick Thengono)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya, yang memungkinkan penulis untuk menyelesaikan laporan MBKM ini yang berjudul **“Peran dan Implementasi Kegiatan Marketing Intern di Perusahaan Motomax”** sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana dari Program Studi Manajemen di Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara. Penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala rasa hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E.,M.S.M.,C.B.O, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Pak Eko Sigit, S.T., M.M., CDM., CPM(Asia) sebagai dosen pembimbing yang memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama penulisan laporan ini.
5. Pak Nuri dan Bu Ervi sebagai pembimbing lapangan di Perusahaan Motomax.id yang telah banyak memberikan ilmu, pengalaman, dan arahan dalam pelaksanaan kegiatan magang.
6. Seluruh anggota tim Motomax.id yang telah menerima dan membantu penulis selama program magang.
7. Keluarga tercinta yang menyediakan dukungan moral serta material tanpa henti sepanjang masa studi dan penulisan laporan ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan semangat dan dukungan selama proses magang dan penulisan laporan.
9. Dst.

Penulis berharap bahwa laporan ini dapat memberikan manfaat serta wawasan baru, terutama dalam bidang pemasaran digital, dan menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, praktisi, dan pihak-pihak yang memiliki kepentingan. Penulis juga berharap bahwa pelaksanaan strategi pemasaran yang dijelaskan dalam laporan ini bisa menjadi contoh penerapan ilmu dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang.

Tangerang, 2 Juni 2025



(Patrick Thengono)

NUSANTARA

Peran dan Implementasi Kegiatan Marketing Intern di

Perusahaan Motomax

Patrick Thengono

ABSTRAK

Laporan ini disusun sebagai bentuk akuntabilitas akademik atas pelaksanaan program magang selama tiga bulan di perusahaan Motomax.id. Tujuan utama dari laporan ini adalah untuk menguraikan peran dan pelaksanaan aktivitas yang dilakukan oleh penulis saat menjalankan posisi sebagai Marketing & Administration Intern, terutama dalam mendukung strategi pemasaran digital perusahaan. Dalam menjalankan tugas tersebut, penulis aktif berpartisipasi dalam beberapa kegiatan utama seperti pelaksanaan siaran langsung di platform Shopee dan TikTok, pembuatan serta pengelolaan konten digital, penulisan naskah untuk media sosial dan marketplace, pengelolaan operasi e-commerce, dan penyusunan rencana promosi seperti kampanye bundling dan pemberian voucher potongan harga. Semua kegiatan ini dilakukan guna meningkatkan kesadaran merek dan penjualan produk aksesoris motor Motomax.id di ranah digital. Melalui pengalaman magang ini, penulis menghimpun berbagai keterampilan, baik keterampilan teknis seperti pengeditan video, manajemen konten, dan strategi pemasaran, maupun keterampilan interpersonal seperti komunikasi, kerja sama tim, dan pemecahan masalah. Laporan ini juga mencantumkan tantangan yang dihadapi selama magang serta solusi yang diterapkan untuk mengatasinya. Diharapkan laporan ini dapat menyajikan gambaran yang jelas mengenai penerapan teori pemasaran dalam praktik kerja, serta menjadi acuan bagi mahasiswa dan pihak lain yang berminat di bidang pemasaran digital, khususnya dalam sektor otomotif.

Kata kunci: pemasaran digital, magang, media sosial, e-commerce, strategi promosi, Motoma

The Role and Implementation of Internal Marketing Activities at Motomax Company

(Patrick Thengono)

ABSTRACT (English)

This report is compiled as a form of academic accountability for the implementation of a three-month internship program at the Motomax.id company. The main purpose of this report is to describe the role and implementation of activities carried out by the author while carrying out the position as Marketing & Administration Intern, especially in supporting the company's digital marketing strategy. In carrying out these duties, the author actively participated in several main activities such as implementing live broadcasts on the Shopee and TikTok platforms, creating and managing digital content, writing scripts for social media and marketplaces, managing e-commerce operations, and preparing promotional plans such as bundling campaigns and providing discount vouchers. All of these activities are carried out to increase brand awareness and sales of Motomax.id motorcycle accessory products in the digital realm. Through this internship experience, the author has accumulated various skills, both technical skills such as video editing, content management, and marketing strategies, as well as interpersonal skills such as communication, teamwork, and problem solving. This report also lists the challenges faced during the internship and the solutions implemented to overcome them. It is hoped that this report can present a clear picture of the application of marketing theory in work practices, as well as be a reference for students and other parties interested in the field of digital marketing, especially in the automotive sector.

Keywords: digital marketing, internship, social media, e-commerce, promotional strategy, Motomax

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT (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	3
1.2.1 Maksud Kerja Magang.....	3
1.2.2 Tujuan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	8
2.1.1 Visi Misi.....	9
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	26
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	26
3.2 Perbedaan Manajemen Akun Motomax dan Uni Motor Sport.....	26
3.3 Pekerjaan yang dilakukan.....	30
3.3.1 Host Live Streaming.....	30
3.3.2 Content Creator.....	30
3.3.3 Copywriter	31
3.3.4 Admin E-commerce.....	31
3.4 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	37
3.4.1 Persiapan sebelum siaran	38

3.4.1 Pelaksanaan siaran langsung	38
3.4.2 Evaluasi setelah siaran.....	39
3.4.3 Pembuatan dan Pengelolaan Konten Digital	39
3.4.4 Penulisan Copy untuk Produk dan Promosi	45
3.4.5 Pengaruh Live Streaming terhadap Penjualan dan Pertumbuhan Akun	48
3.4 Kendala yang Ditemukan.....	51
3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	52
BAB IV	55
KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
4.1 Kesimpulan	55
4.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uraian Pekerjaan Dilakukan Per minggu

32



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Logo Motomax
- Gambar 2.2 Struktur Organisasi Motomax
- Gambar 2.3 Produk Shock Braker
- Gambar 2.4 Produk Master Rem
- Gambar 2.5 Produk Master Rem Oval
- Gambar 2.6 Produk Bracket Box
- Gambar 2.7 Produk Cover CVT
- Gambar 2.8 Cover Radiator
- Gambar 2.9 Produk Cover Knalpot
- Gambar 2.10 Produk Spion Motor
- Gambar 2.11 Produk Spion Motor
- Gambar 2.12 Produk Spion Motor
- Gambar 2.13 Produk Stang Stabilizer
- Gambar 3.1 Akun Tiktok Motomax.id
- Gambar 3.2 Akun Tiktok Unimotorsport
- Gambar 3.3 Host Live Tiktok
- Gambar 3.4 Jadwal dan jenis konten Motomax
- Gambar 3.5 Jadwal dan jenis konten Uni motorsport
- Gambar 3.6 Proses Pembuatan Video Pertama
- Gambar 3.7 Proses Pembuatan Video Kedua
- Gambar 3.8 Proses Pembuatan Video Ketiga
- Gambar 3.9 Proses Pembuatan Video Keempat
- Gambar 3.10 Obrolan Bersama Pelanggan
- Gambar 3.11 Hasil Pendapatan Host Streaming Tiktok

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Pengantar MBKM(MBKM 01)	62
Kartu MBKM(MKBM 02)	63
Daily Task Kewirausahaan(MBKM 03)	64
Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan(MBKM 04)	79
Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	80