

**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM AKTIVITAS
PEMASARAN PADA PT TAHOOE PRANATA INDONESIA**



LAPORAN MBKM

EVELYN HILARY SUGIHMULYO

00000081753

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

**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM AKTIVITAS
PEMASARAN PADA PT TAHOOE PRANATA INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

EVELYN HILARY SUGIHMULYO

00000081753

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Evelyn Hilary Sugihmulyo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000081753

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM AKTIVITAS

PEMASARAN PADA PT TAHOOE PRANATA INDONESIA

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



(Evelyn Hilary Sugihmulyo)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM AKTIVITAS

PEMASARAN PADA PT TAHOOE PRANATA INDONESIA

Oleh

Nama : Evelyn Hilary Sugihmulyo
NIM : 00000081753
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 9 Juni 2025
Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji berikut.

Pembimbing



Nurina Putri Handayani, S.E., M.M.

NIDN: 0325129002

Penguji



Tessa Handra, S.E., M.T.

NIDN: 0322058406

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 : Evelyn Hilary Sugihmulyo

NIM : 00000081753

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 AKTIVITAS

PEMASARAN PADA PT TAHOOE PRANATA INDONESIA

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, 26 Mei 2025

Yang menyatakan,



(Evelyn Hilary Sugihmulyo)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: “Peran Digital Marketing Dalam Aktivitas Pemasaran Pada PT Tahoee Pranata Indonesia” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi 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. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., 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 Nurina Putri Handayani, S.E., M.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
7. Teman - teman saya yang telah memberikan dukungan selama pembuatan laporan, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga laporan magang ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pembaca serta menjadi dokumentasi yang berguna bagi pengembangan ilmu dan praktik di dunia kerja.

Selain itu, semoga laporan ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang akan menjalani program magang, serta memberikan masukan yang konstruktif bagi PT Tahoe Pranata Indonesia dalam meningkatkan program magang di masa mendatang. Saya juga berharap pengalaman yang diperoleh selama magang ini dapat menjadi bekal berharga dalam membangun karier di dunia profesional.

Tangerang, 26 Mei 2025



(Evelyn Hilary Sugihmulyo)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM AKTIVITAS PEMASARAN PADA PT TAHOOE PRANATA INDONESIA

(Evelyn Hilary Sugihmulyo)

ABSTRAK

PT Tahoe Pranata Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang *Food and Beverage* yang berlokasi di Tangerang. PT Tahoe didirikan pada tahun 2018 Oleh Trio Sim. Perusahaan ini memiliki beberapa merek, yaitu Kedai Wedang Tahoe, Sooya, Ladybee Taiyaki, Nasi Kari Pak Satrio, dan Butterlicious. Program magang ini bertujuan untuk mengimplementasikan secara nyata dan mendalam pengetahuan terkait pemasaran yang telah dipelajari selama masa perkuliahan. Pada kesempatan ini, penulis menjalani peran sebagai Digital Marketing Intern, yang melakukan observasi, serta bekerja langsung di bawah bimbingan Project Executive. Laporan ini memaparkan berbagai aktivitas pemasaran di PT Tahoe Pranata Indonesia yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan. Selain menjual produk, strategi penjualan franchise juga berkontribusi dalam meningkatkan omzet perusahaan. Laporan ini menggunakan konsep strategi pemasaran (Kotler & Keller, 2016), konsep franchise (Suharnoko, 2004), serta teori media baru (McQuail, 2011). Kendala utama selama magang adalah kurangnya distribusi informasi yang efektif, sehingga sering terjadi miskomunikasi. Dari pengalaman magang ini, penulis menyadari bahwa pemasaran memiliki peran krusial dalam meningkatkan dan mempengaruhi performa perusahaan secara signifikan. Salah satu strategi paling efektif yang dapat diterapkan adalah digital marketing, yang terbukti mampu meningkatkan penjualan secara optimal.

Kata kunci: Magang, Pemasaran Digital, Promosi Pemasaran, Franchise

THE ROLE OF DIGITAL MARKETING IN MARKETING ACTIVITIES AT PT TAHOOE PRANATA INDONESIA

(Evelyn Hilary Sugihmulyo)

ABSTRACT (English)

PT Tahoee Pranata Indonesia is a Food and Beverage company based in Tangerang. Founded in 2018 by Trio Sim, the company operates several brands, including Kedai Wedang Tahoee, Sooya, Ladybee Taiyaki, Nasi Kari Pak Satrio, and Butterlicious. This internship program aims to apply marketing knowledge acquired during academic studies in a practical and in-depth manner. During this internship, the author took on the role of a Digital Marketing Intern, conducting observations and working directly under the guidance of the Project Executive. This report presents various marketing activities at PT Tahoee Pranata Indonesia aimed at increasing sales. In addition to product sales, franchise sales strategies also contribute to the company's revenue growth. This report is based on marketing strategy concepts (Kotler and Keller, 2016), franchise concepts (Suharnoko, 2004), and new media theories (McQuail, 2011). The primary challenge during the internship was the ineffective distribution of information, leading to frequent miscommunication. Through this internship experience, the author realized that marketing plays a crucial role in significantly enhancing and influencing a company's performance. One of the most effective strategies to implement is digital marketing, which has proven to optimize sales growth.

Keywords: *Internship, Digital Promotion, Marketing Promotion, Franchise*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	4
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT (English)</i>	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB I	
PENDAHULUAN	14
Latar Belakang	14
Maksud dan Tujuan Kerja Magang	15
Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	17
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	19
Sejarah Singkat Perusahaan	19
Visi Misi	20
Struktur Organisasi Perusahaan	21
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	23
Kedudukan dan Koordinasi	23
Tugas dan Uraian Kerja Magang	23
Kendala yang Ditemukan	35
Solusi atas Kendala yang Ditemukan	36

BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	39
Simpulan	39
Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	44



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uraian Kerja Magang

24

Tabel 3.2 *Time Table* Uraian Kerja Magang

25



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Tahoee Pranata Indonesia	21
Gambar 3.1 Contoh <i>Content Planner</i> Franchise Genki Academy	27
Gambar 3.2 Contoh <i>Content Planner</i> Genki Academy	28
Gambar 3.3 Contoh <i>Content Planner</i> Ruang Kriya dan Alsela Baby Mart	28
Gambar 3.4 Koordinasi dengan Tim Visual Desain	29
Gambar 3.5 Contoh Detail <i>Brief & Timeline</i> Konten	30
Gambar 3.6 Presentasi Franchise	31
Gambar 3.7 Membuat Desain Konten Genki Academy	32
Gambar 3.8 Membuat Desain Konten Franchise Genki	33
Gambar 3.9 Proses <i>Editing</i> untuk Konten Reels	33
Gambar 3.10 Tabel Brief <i>Copywriting</i>	34
Gambar 3.11 Hasil Publikasi Konten	34
Gambar 4.1 Bagan <i>Workflow</i> Divisi Marketing	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	44
Lampiran B - Kartu MBKM (MBKM 02)	45
Lampiran C - Daily Task MBKM (MBKM 03)	46
Lampiran D - Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM 04)	61
Lampiran E - Surat Penerimaan MBKM (LoA)	62
Lampiran F - Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	63
Lampiran G - Semua Hasil Karya Tugas yang Dilakukan Selama MBKM	64

