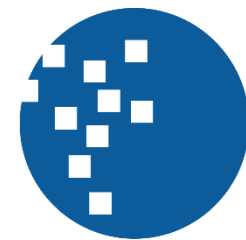


**PERAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM
MENINGKATKAN KETERTARIKAN KONSUMEN DI PT
PERIPLUS BOOKINDO**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

ALEXANDER DANIEL CAHYADI MOGO

00000075244

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

2025

**PERAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM
MENINGKATKAN KETERTARIKAN KONSUMEN DI PT
PERIPLUS BOOKINDO**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

ALEXANDER DANIEL CAHYADI MOGO

00000075244

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Alexander Daniel Cahyadi Mogo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000075244

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**Peran Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Ketertarikan
Konsumen di PT Periplus Bookindo**

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 Juli 2025

A handwritten signature in black ink is written over a colorful, rectangular stamp. The stamp features a Garuda emblem at the top, a central circular logo, and some text in Indonesian. The signature is fluid and extends across the width of the stamp.

Alexander Daniel Cahyadi Mogo

MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul
**Peran Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Ketertarikan
Konsumen di PT Periplus Bookindo**

Oleh

Nama : Alexander Daniel Cahyadi Mogo
NIM : 00000075244
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan Sidang Ujian Praktik Magang Universitas
Multimedia Nusantara

Tangerang, 3 Juli 2025

Pembimbing



Ir. Arief Iswariyadi M.Sc., Ph.D
0316026404

Ketua Program Studi Manajemen



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

NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

**Peran Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Ketertarikan
Konsumen di PT Periplus Bookindo**

Ditulis Oleh

Nama : Alexander Daniel Cahyadi Mog
NIM : 00000075244
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 08 Juli 2025
Pukul 09.00 s/d 10.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Ir. Arief Iswariyadi M.Sc., Ph.D
0316026404

Penguji



Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M.
0306088501

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Alexander Daniel Cahyadi Mogo

NIM : 00000075244

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Laporan MBKM

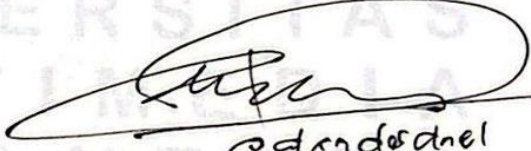
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Peran Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Ketertarikan Konsumen di PT Periplus Bookindo

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 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Alexander Daniel Cahyadi Mogo)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “Peran Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Ketertarikan Konsumen di PT Periplus Bookindo” 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. Tuhan Yang Maha Esa
2. Dr. IR Andrey Andoko, M.Sc, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., MBA, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
5. Ir. Arief Iswariyadi M.Sc., Ph.D, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
6. Bapak Febri, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Dengan penuh kesadaran, penulis menyadari bahwa laporan kerja praktek ini masih memiliki berbagai kekurangan, kesalahan, maupun kelalaian. Untuk itu, penulis menyampaikan permohonan maaf atas segala kekurangan yang ada. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap laporan ini dapat

memberikan manfaat dan menjadi sumber informasi yang berguna bagi siapa pun yang membacanya. Terima kasih.

Tangerang, 2 Juli 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alexander Daniel Cahyadi Mogo' with a stylized flourish at the end.

(Alexander Daniel Cahyadi Mogo)



PERAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN KETERTARIKAN KONSUMEN DI PT PERIPLUS BOOKINDO

(Alexander Daniel Cahyadi Mogo)

ABSTRAK

Laporan ini disusun berdasarkan kegiatan magang yang dilaksanakan oleh penulis di PT Periplus Bookindo, sebuah perusahaan ritel buku impor dengan jaringan luas di Indonesia. Pemilihan Periplus sebagai tempat magang didasarkan pada relevansi antara bidang usaha perusahaan dengan minat dan konsentrasi studi penulis di bidang manajemen pemasaran, khususnya *digital marketing*. Melalui program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), penulis memperoleh kesempatan untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari di bangku kuliah ke dalam praktik kerja nyata di industri ritel.

Selama menjalani magang, penulis ditempatkan di divisi *E-Commerce* sebagai *Digital Marketing Intern* dengan tugas utama mengelola media sosial, *website*, *marketplace*, serta pembuatan konten. Selain itu, penulis juga terlibat dalam kegiatan *customer service* yang memberikan pengalaman langsung mengenai operasional perusahaan. Proses magang ini memperkaya pemahaman penulis terkait strategi *digital marketing* yang efektif, tantangan yang dihadapi perusahaan, dan pentingnya koordinasi lintas divisi dalam menjalankan kegiatan pemasaran.

Secara keseluruhan, kegiatan magang ini memberikan pengalaman yang sangat berharga dalam pengembangan keterampilan teknis dan non-teknis di bidang *digital marketing*. Penulis mendapatkan pemahaman lebih dalam mengenai dinamika industri retail, serta mampu membangun koneksi profesional yang mendukung perkembangan karier di masa depan.

Kata kunci: digital marketing, strategi pemasaran, *e-commerce*, *customer service*, ritel buku impor.

THE ROLE OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN ENHANCING CONSUMER ENGAGEMENT AT PT PERIPLUS BOOKINDO

(Alexander Daniel Cahyadi Mogo)

ABSTRACT

This report is based on the internship program undertaken by the author at PT Periplus Bookindo, a retail company specializing in imported books with an extensive network across Indonesia. The selection of Periplus as the internship site was due to the alignment between the company's business field and the author's academic interest and concentration in marketing management, particularly digital marketing. Through the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) program, the author had the opportunity to apply theoretical knowledge gained in university into real-world practices within the retail industry.

During the internship, the author was placed in the E-Commerce division as a Digital Marketing Intern with main responsibilities including managing social media platforms, the website, online marketplaces, and content creation. In addition, the author was also involved in customer service activities, which provided direct experience of the company's operational processes. This internship experience enriched the author's understanding of effective digital marketing strategies, challenges faced by the company, and the importance of cross-departmental coordination in executing marketing activities.

Overall, the internship provided highly valuable experience in developing both technical and non-technical skills in digital marketing. The author gained deeper insights into the dynamics of the retail industry and successfully built professional connections that will support future career development.

Keywords: *digital Marketing, marketing Strategy, e-commerce, customer service, imported book retail.*

DAFTAR ISI

PERAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN KETERTARIKAN KONSUMEN DI PT PERIPLUS BOOKINDO	i
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	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	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 Sejarah Singkat Terbentuknya PT. PERIPLUS BOOKINDO ..	8
2.1.2 Visi Misi	9
2.1.3 Logo Perusahaan	10
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	11
2.3 Produk Perusahaan	24
2.4 Saluran Digital dan Strategi Pemasaran	26
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	27
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	27
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	29
3.2.1 Tugas Magang Inti	29

3.2.2 Tugas Magang Tambahan	31
3.2.3 Uraian Kerja Magang	32
3.3 Kendala yang Ditemukan	49
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	52
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	54
4.1 Simpulan.....	54
4.2 Saran.....	55
4.2.1 Saran Untuk Perusahaan	55
4.2.2 Saran Untuk Universitas	57
4.2.3 Saran Untuk Mahasiswa yang Akan Magang.....	58
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tugas Magang Inti	29
Tabel 2 Tugas Magang Tambahan	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Periplus	10
Gambar 2 Struktur Organisasi Periplus	11
Gambar 3 Contoh Produk	25
Gambar 4 Struktur Organisasi Singkat.....	27
Gambar 5 Team E-Commerce	28
Gambar 6 Media Sosial Instagram.....	34
Gambar 7 Contoh Konten Media Sosial	34
Gambar 8 Website dan Marketplace	35
Gambar 9 Live Instagram.....	37
Gambar 10 Flow Chart Order Masuk dan Pembatalan Order.....	39
Gambar 11 Mengurus order dan membatalkan order	40
Gambar 12 Rancangan konten 1 bulan	41
Gambar 13 Chat Customer.....	43
Gambar 14 Konten Feeds dan Story	45
Gambar 15 Catatan Flow UI/UX	46
Gambar 16 Menghitung Stock	48
Gambar 17 Hasil Packing Produk yang Akan Dikirim.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	65
Lampiran 2 Kartu MBKM (MBKM 02)	66
Lampiran 3 Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	67
Lampiran 4 Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)...	90
Lampiran 5 Surat Penerimaan MBKM (LoA)	91
Lampiran 6 Lampiran pengecekan hasil Turnitin	92

