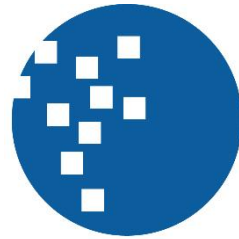


**STRATEGI DAN IMPLEMENTASI PEMASARAN DIGITAL
PADA BRAND MONARCH**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

FILBERT ONG

00000071766

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

PERAN CHIEF FINANCIAL OFFICER DALAM PERENCANAAN

KEUANGAN PADA BRAND MONARCH



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Bisnis Manajemen (S.M)

FILBERT ONG

00000071766

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG 2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Filbert Ong
Nomor Induk Mahasiswa : 00000071766
Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

STRATEGI DAN IMPLEMENTASI PEMASARAN DIGITAL PADA *BRAND* *FASHION MONARCH*

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, 27 Mei 2025



(Filbert Ong)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**STRATEGI DAN IMPLEMENTASI PEMASARAN DIGITAL PADA *BRAND*
*FASHION MONARCH***

Oleh
Nama : Filbert Ong
NIM : 00000071766
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

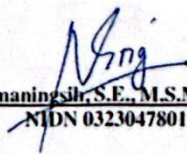
Tangerang, 27 Mei 2025

Pembimbing



Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.
NIDN 0314018302

Ketua Program Studi Manajemen



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

3
Strategi dan Implementasi Pemasaran Digital pada *Brand Fashion Monarch*. Amri Khairudin.
Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN CHIEF FINANCIAL OFFICER DALAM PERENCANAAN KEUANGAN PADA BRAND MONARCH

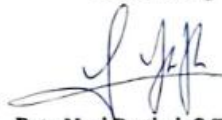
Oleh

Nama : Filbert Ong
NIM : 00000071766
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 7 Juli 2025
Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



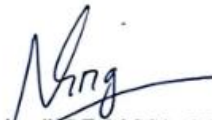
Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.
NIDN: 0314018302

Penguji

15/07/25


Angelina Theodora Ratna Primantina, S.E., M.M.
NIDN: 0313097403

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 : Filbert ong

NIM : 00000071766

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Laporan Magang 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 CFO DI DALAM STRATEGI DAN IMPLEMENTASI PEMASARAN DIGITAL PADA BRAND MONARCH

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, 27 mei 2025

Yang menyatakan,



Filbert Ong

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang MBKM ini dengan judul:

“ *PERAN CHIEF FINANCIAL OFFICER DALAM PERENCANAAN KEUANGAN PADA BRAND MONARCH* ” 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:

- Dr. Ir. Andrey Andoko. M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
- Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
- Dr.Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
- Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
- Hoky Nanda, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.

- Kepada Perusahaan Skystar Ventures yang telah memberikan dukungan berupa fasilitas incubator untuk bisnis Monarch yang membantu perkembangan usaha ini dengan baik.
- Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
- Seluruh rekan bisnis yang membantu dalam perkembangan usaha Monarch selama 6 bulan.
- Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga karya ilmiah yang telah penulis buat dengan judul “ *PERAN CHIEF FINANCIAL OFFICER DALAM PERENCANAAN KEUANGAN PADA BRAND MONARCH* ” dapat bermanfaat bagi pembaca sebagai sumber informasi maupun inspirasi atas kegiatan proses kerja magang penulis. Penulis juga menyadari bahwa Laporan Magang MBKM ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis memohon kritik dan saran sebagai penyempurnaan dan pembelajaran kedepannya. Penulis juga berterimakasih sekali lagi atas semua pihak yang membantu dalam menyempurnakan penulisan laporan magang ini.

Tangerang, 27 mei 2025



(Filbert Ong)

PERAN CHIEF FINANCIAL OFFICER DALAM PERENCANAAN KEUANGAN PADA BRAND *MONARCH*

(Filbert Ong)

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi dan implementasi pemasaran digital yang diterapkan oleh brand Monarch, sebuah usaha di bidang fashion yang dikembangkan oleh mahasiswa program studi kewirausahaan. Fokus utama penelitian adalah bagaimana Monarch memanfaatkan platform digital seperti media sosial, website, dan e-commerce untuk meningkatkan brand awareness, menarik pelanggan, serta mendorong penjualan. Metode yang digunakan meliputi observasi langsung, wawancara, serta analisis data performa digital marketing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digital marketing berbasis konten visual, kolaborasi dengan influencer, dan penggunaan iklan berbayar secara tersegmentasi mampu meningkatkan engagement dan konversi secara signifikan. Implementasi pemasaran digital juga didukung oleh analitik rutin yang digunakan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye dan melakukan penyesuaian strategi secara berkelanjutan. Studi ini memberikan gambaran konkret mengenai pentingnya adaptasi digital dalam membangun dan mengembangkan brand fashion di era teknologi saat ini.

Kata kunci: magang **UMKM**, fashion, strategi pemasaran, kewirausahaan.

DIGITAL MARKETING STRATEGY AND IMPLEMENTATION ON MONARCH BRAND

(filbert Ong)

ABSTRACT (English)

This research discusses the strategy and implementation of digital marketing implemented by the Monarch brand, a fashion business developed by entrepreneurship study program students. The main focus of the research is how Monarch utilizes digital platforms such as social media, websites and e-commerce to increase brand awareness, attract customers and drive sales. The methods used include direct observation, interviews, and analysis of digital marketing performance data. The research results show that digital marketing strategies based on visual content, collaboration with influencers, and the use of segmented paid advertising can significantly increase engagement and conversions. Digital marketing implementation is also supported by routine analytics which are used to evaluate campaign effectiveness and make ongoing strategy adjustments. This study provides a concrete picture of the importance of digital adaptation in building and developing fashion brands in the current technological era.

Keywords: MBKM internship, fashion, marketing strategy, entrepreneurship.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PERSETUJUAN	3
HALAMAN PENGESAHAN	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK	8
ABSTRACT (English)	9
DAFTAR ISI	10
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR LAMPIRAN	14
BAB I	
PENDAHULUAN	15
Latar Belakang	15
Maksud dan Tujuan Kerja Magang	16
Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	17
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	18
Sejarah Singkat Perusahaan	18

Visi Misi	19
Struktur Organisasi Perusahaan	20
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	23
Kedudukan dan Koordinasi	23
Tugas dan Uraian Kerja Magang	25
Kendala yang Ditemukan	36
Solusi atas Kendala yang Ditemukan	37
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	37
Simpulan	38
Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	42

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Menunjukkan Tugas Kerja Magang Penulis

5

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Menunjukkan Logo Perusahaan Magang	18
Gambar 2.2 Manajemen Team Skystar Ventures	20
Gambar 3.1 Kedudukan Magang Penulis	24
Gambar 3.2 Penjelasan Target Market Monarch	28
Gambar 3.5 Pemilihan Bahan di Pasar Tekstil	29
Gambar 3.7 Design Packaging dan Pemesanan melalui Online	30
Gambar 3.12 Survei Kepuasan Pelanggan Monarch	33

DAFTAR LAMPIRAN