

**POLITEKNIK WILMAR BISNIS INDONESIA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL**

LAPORAN AKHIR MAGANG



**DI PT.DOISCODE TECHNOLOGY
PERIODE 1 APRIL 2026 – 31 AGUSTUS 2026**

**DISUSUN OLEH :
REINA GRACESITA SIREGAR
NIM : 2301010170**

INSTANSI MITRA : PT.DOISCODE TECHNOLOGY

**MEDAN
2026**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Laporan : Analisis dan Pelaksanaan Kegiatan Pemasaran Digital
Nama Mahasiswa : Reina Gracesita Siregar
NIM : 230101017
Program Studi : Manajemen Pemasaran Internasional
Instansi Mitra : PT Doiscode Technology
Periode Magang : 1 April 2026 – 31 Agustus 2026

Disetujui Oleh:

Pembimbing Lapangan / Supervisor



Jonatan Sianturi, S.T., M.Kom.
Supervisor Instansi Mitra

Dosen Pembimbing Magang



Elvina Emanuella Br. Surbakti, S.M., M.M.
Dosen Pembimbing

Disetujui Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional



Binsar Sihombing, S.E., M.Si.

NIND: 010806650

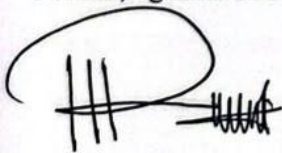
KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir Magang di PT Doiscode Technology dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat akademis untuk menyelesaikan program pemagangan mahasiswa Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia periode 1 April 2026 sampai dengan 31 Agustus 2026. pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Pimpinan beserta seluruh jajaran manajemen PT Doiscode Technology yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi penulis untuk melaksanakan magang.
2. Bapak Jonatan Sianturi, S.T., M.Kom. selaku Supervisor Instansi Mitra dan pembimbing lapangan yang senantiasa membimbing, mengarahkan, serta membagikan ilmu berharga selama di dunia kerja.
3. Ibu Elvina Emanuella Br. Surbakti, S.M., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan koreksi konstruktif demi kesempurnaan laporan ini.
4. Bapak Binsar Sihombing, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.
5. Orang tua, keluarga tercinta, serta rekan-rekan mahasiswa yang selalu memberikan doa, dorongan moral, dan semangat tiada henti.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi penulisan, penyajian data, maupun kedalaman analisis. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat serta wawasan tambahan bagi pembaca maupun institusi.

Medan, Agustus 2026



Reina Gracesita Siregar

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
<i>Disetujui Oleh.....</i>	<i>i</i>
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG PEMAGANGAN.....	1
1.2 TUJUAN KEGIATAN.....	1
1.3 MANFAAT KEGIATAN.....	2
BAB II.....	3
2.1 SEJARAH SINGKAT INSTANSI.....	3
2.2 STRUKTUR ORGANISASI.....	3
2.3 DESKRIPSI UNIT KERJA TEMPAT PEMAGANGAN.....	3
2.4 SISTEM AKUNTANSI DAN PERPAJAKAN YANG DITERAPKAN.....	4
BAB III.....	5
3.1 RANGKUMAN AKTIVITAS HARIAN DAN MINGGUAN.....	5
<i>Tabel 3.1 Rangkuman Aktivitas Bulan April 2026.....</i>	<i>5</i>
<i>Tabel 3.2 Rangkuman Aktivitas Bulan Mei 2026.....</i>	<i>6</i>
<i>Tabel 3.3 Rangkuman Aktivitas Bulan Juni 2026.....</i>	<i>6</i>
<i>Tabel 3.4 Rangkuman Aktivitas Bulan Juli 2026.....</i>	<i>7</i>
<i>Tabel 3.5 Rangkuman Aktivitas Bulan Agustus 2026.....</i>	<i>7</i>
3.2 CAPAIAN KERJA TERPENTING.....	7
BAB IV.....	9
4.1 URAIAN MASALAH YANG MUNCUL.....	9
4.2 ANALISIS PENYEBAB MASALAH.....	9
4.3 PROSES PENYELESAIAN MASALAH.....	9
BAB V.....	11

5.1	KOMPILASI PRODUK KERJA.....	11
5.2	FOTO, VIDEO, DAN SCREENSHOT APLIKASI.....	11
5.3	BUKTI VALIDASI SUPERVISOR DAN DOSEN PEMBIMBING.....	13
	BAB VI.....	14
6.1	PENGALAMAN PROFESIONAL YANG DIPEROLEH.....	14
6.2	KETERAMPILAN TEKNIS DAN NON-TEKNIS YANG BERKEMBANG.....	14
6.3	REFLEKSI PENGUATAN SIKAP KERJA PROFESIONAL.....	14
	BAB VII PENUTUP.....	15
7.1	KESIMPULAN.....	15
7.2	SARAN.....	15
	LAMPIRAN.....	16
	<i>Lampiran 1: Format Catatan Aktivitas Harian Magang.....</i>	<i>16</i>
	<i>Lampiran 2: Lembar Penilaian dan Formulir Validasi Magang (Lembar 1).....</i>	<i>16</i>
	<i>Lampiran 3: Dokumentasi Foto Kegiatan Magang di PT Doiscode Technology.....</i>	<i>18</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PEMAGANGAN

Magang merupakan salah satu mata kuliah wajib sekaligus bentuk implementasi kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) pada Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia. Melalui program ini, mahasiswa diberikan kesempatan seluas-luasnya untuk mengintegrasikan konsep teoritis, kerangka pemasaran global, dan analisis manajerial yang diperoleh di bangku perkuliahan ke dalam realitas operasional dunia industri secara langsung.

Penulis melaksanakan kegiatan pemagangan terhitung mulai tanggal 1 April 2026 sampai dengan 31 Agustus 2026 di PT Doiscode Technology. Perusahaan ini dipilih karena merupakan perusahaan pengembang perangkat lunak (software house) terkemuka dan konsultan IT strategis yang secara khusus berfokus pada penyediaan solusi digital, sistem cerdas berbasis Internet of Things (IoT), serta Enterprise Resource Planning (ERP) untuk sektor agribisnis dan perkebunan kelapa sawit di Indonesia.

Di tengah era transformasi digital global dan persaingan bisnis yang semakin ketat, pemahaman mengenai pemasaran produk teknologi informasi, komunikasi B2B (Business to Business), serta riset pasar agritech menjadi kompetensi krusial bagi lulusan Manajemen Pemasaran Internasional. Melalui magang ini, penulis dapat memahami bagaimana perusahaan teknologi membangun positioning pasar, merancang kampanye digital, dan mengelola hubungan pelanggan.

1.2 TUJUAN KEGIATAN

Pelaksanaan program magang ini memiliki beberapa tujuan utama, antara lain:

1. Menerapkan dan menguji teori-teori ilmu Manajemen Pemasaran Internasional dalam praktik nyata di industri teknologi informasi.
2. Memahami secara mendalam sistem kerja, budaya organisasi, serta proses bisnis operasional di PT Doiscode Technology.

3. Mengembangkan keterampilan praktis di bidang pemasaran digital (digital marketing), manajemen hubungan pelanggan (customer relation), dan riset pasar industri agritech.
4. Membangun jejaring profesional (networking), meningkatkan kedisiplinan, serta membentuk mentalitas kerja yang tangguh dan adaptif.

1.3 MANFAAT KEGIATAN

Manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan kegiatan magang ini meliputi:

- Bagi Mahasiswa: Memperoleh pengalaman kerja nyata secara profesional, meningkatkan hard skills dan soft skills, serta memperluas wawasan mengenai dinamika industri IT dan agritech.
- Bagi Instansi Mitra (PT Doiscode Technology): Mendapatkan dukungan sumber daya manusia yang kompeten dalam membantu operasional pemasaran, penyusunan konten digital, administrasi customer relation, dan riset pasar.
- Bagi Institusi (Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia): Memperkuat hubungan kemitraan strategis

BAB II

PROFIL INSTANSI MITRA

2.1 SEJARAH SINGKAT INSTANSI

PT Doiscode Technology didirikan sebagai perusahaan pengembang perangkat lunak dan konsultan IT nasional yang berkedudukan di Medan, Sumatera Utara. Berawal dari visi para pendiri untuk mengakselerasi digitalisasi di sektor riil, khususnya perkebunan kelapa sawit dan agribisnis yang merupakan tulang punggung perekonomian regional, PT Doiscode Technology terus berkembang pesat menghadirkan solusi teknologi mutakhir.

Perusahaan berkomitmen untuk menjembatani kesenjangan antara teknologi informasi tingkat lanjut dan operasional perkebunan melalui sistem ERP khusus agritech, sistem pemantauan berbasis IoT, serta aplikasi manajemen kebun terpadu yang telah diadopsi oleh berbagai perusahaan perkebunan besar di Sumatera maupun wilayah lainnya di Indonesia.

2.2 STRUKTUR ORGANISASI

Struktur organisasi PT Doiscode Technology dirancang secara fungsional dan fleksibel guna mendukung kecepatan inovasi produk dan pelayanan klien. Susunan kepengurusan terdiri dari Direktur Utama, Kepala Divisi Operasional dan Teknologi (CTO), Tim Developer/Engineering, Tim Marketing & Sales, Tim Customer Service & Relation, serta Divisi Administrasi dan Keuangan.

Dalam struktur tersebut, penulis ditempatkan di bawah koordinasi Divisi Marketing & Customer Relation, langsung di bawah supervisi Bapak Jonatan Sianturi dengan fokus pada strategi pemasaran digital, pengelolaan media sosial, pembuatan proposal penawaran, serta penanganan komunikasi klien.

2.3 DESKRIPSI UNIT KERJA TEMPAT PEMAGANGAN

Unit kerja tempat penulis melaksanakan pemagangan adalah Divisi Marketing & Customer Relation. Tugas pokok dan fungsi unit kerja ini mencakup perumusan dan eksekusi strategi digital marketing, pengelolaan platform media sosial perusahaan (Instagram dan LinkedIn), perancangan brosur serta materi promosi digital, penanganan inquiry dan komunikasi

awal dengan calon klien (lead generation), penyusunan proposal penawaran B2B, serta penyelenggaraan event pameran teknologi dan webinar.

2.4 SISTEM AKUNTANSI DAN PERPAJAKAN YANG DITERAPKAN

Dalam aspek pengelolaan keuangan, PT Doiscode Technology menerapkan sistem akuntansi berbasis software Enterprise Resource Planning (ERP) terintegrasi yang mencatat seluruh transaksi pendapatan, biaya operasional, dan arus kas secara real-time. Standar akuntansi yang digunakan mengacu pada Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang berlaku di Indonesia.

Terkait dengan kewajiban perpajakan, perusahaan taat dan patuh terhadap peraturan perpajakan nasional yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Hal ini meliputi pemotongan dan penyetoran Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi penjualan jasa perangkat lunak, serta pemotongan Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 21, Pasal 23, dan Pasal 29.

BAB III

REKAPITULASI AKTIVITAS DAN CAPAIAN KERJA

3.1 RANGKUMAN AKTIVITAS HARIAN DAN MINGGUAN

Selama periode magang dari tanggal 1 April 2026 hingga 31 Agustus 2026, penulis telah melaksanakan berbagai kegiatan operasional dan proyek pemasaran. Berikut adalah rekapitulasi rangkuman aktivitas bulanan dan mingguan:

Tabel 3.1 Rangkuman Aktivitas Bulan April 2026

Minggu	Aktivitas Utama
Minggu 1	Orientasi perusahaan, pengenalan tim, mempelajari company profile dan produk PT Doiscode.
Minggu 2	Training produk IT, administrasi customer service, membalas chat dan inquiry customer.
Minggu 3	Riset 3 kompetitor utama di bidang agritech, membuat tabel perbandingan fitur.
Minggu 4	Event Teknologi 10 April 2026: Bertugas di booth perusahaan, prospek 20+ pengunjung pameran.

Tabel 3.2 Rangkuman Aktivitas Bulan Mei 2026

Minggu	Aktivitas Utama
Minggu 1	Meeting strategi digital marketing, analisis insight Instagram dan LinkedIn perusahaan.
Minggu 2	Pembuatan konten visual media sosial, copywriting brosur digital produk ERP.
Minggu 3	Email marketing B2B, riset pasar potensial UMKM dan perkebunan di wilayah Medan.
Minggu 4	Evaluasi konten dan campaign digital, menyusun laporan mingguan pemasaran.

Tabel 3.3 Rangkuman Aktivitas Bulan Juni 2026

Minggu	Aktivitas Utama
Minggu 1	Training teknik closing sales, mempelajari skema paket harga software.
Minggu 2	Menyusun dan mengirimkan 15 proposal penawaran jasa IT kepada calon klien.
Minggu 3	Follow-up proposal via WhatsApp dan telepon, simulasi presentasi bisnis.
Minggu 4	Kegiatan internal perusahaan 19 Juni 2026, evaluasi hasil prospek bulanan.

Tabel 3.4 Rangkuman Aktivitas Bulan Juli 2026

Minggu	Aktivitas Utama
Minggu 1	Rapat strategi branding, penyusunan konsep video profil perusahaan.
Minggu 2	Kolaborasi dengan komunitas IT lokal, pembuatan artikel blog SEO untuk website.
Minggu 3	Persiapan teknis Webinar 'Go Digital Bareng PT Doiscode Technology'.
Minggu 4	Eksekusi Webinar sebagai moderator dan panitia, rekapitulasi data peserta 50+ orang.

Tabel 3.5 Rangkuman Aktivitas Bulan Agustus 2026

Minggu	Aktivitas Utama
Minggu 1	Launching campaign 'Merdeka Digital', monitoring giveaway dan interaksi online.
Minggu 2	Mengumpulkan data performa 5 bulan, seleksi testimoni klien untuk portofolio.
Minggu 3	Penyusunan draft laporan akhir magang dan materi presentasi sidang.
Minggu 4	Presentasi penutupan magang 22 Agustus 2026, penyerahan sertifikat kelulusan.

3.2 CAPAIAN KERJA TERPENTING

Selama 5 bulan pelaksanaan magang di PT Doiscode Technology, penulis berhasil mencatatkan beberapa pencapaian kerja yang signifikan, antara lain:

1. Berhasil melakukan prospek dan edukasi produk kepada lebih dari 20 pengunjung potensial pada event pameran teknologi 10 April 2026.
2. Menyusun dan mengirimkan 15 proposal penawaran jasa perangkat lunak dan sistem ERP kepada calon klien dari sektor UMKM dan agribisnis.

3. Berperan aktif sebagai moderator dan panitia utama pada Webinar 'Go Digital Bareng PT Doiscode' dengan partisipasi 50+ peserta aktif.
4. Memproduksi konten kreatif dan informatif untuk platform media sosial Instagram dan LinkedIn perusahaan guna meningkatkan brand awareness.
5. Menyelesaikan laporan riset pasar dan analisis komparatif terhadap 5 kompetitor utama di industri software agritech.

BAB IV

PERMASALAHAN DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 URAIAN MASALAH YANG MUNCUL

Dalam menjalani aktivitas pemagangan di industri teknologi informasi, penulis menemui beberapa kendala operasional dan profesional, yaitu:

Masalah 1: Kesulitan dalam menjelaskan produk teknis IT yang kompleks, seperti sistem Enterprise Resource Planning (ERP) dan perangkat Internet of Things (IoT), kepada calon klien awam yang belum memiliki latar belakang pemahaman teknologi.

Masalah 2: Rasa gugup (nervous) dan kurang percaya diri saat melakukan komunikasi via telepon (cold calling) kepada calon klien korporat pada awal masa pemagangan.

Masalah 3: Keterbatasan akses langsung terhadap data keuangan dan database klien eksklusif akibat ketatnya kebijakan kerahasiaan data (privacy policy) perusahaan.

4.2 ANALISIS PENYEBAB MASALAH

Berdasarkan evaluasi bersama supervisor, akar penyebab dari permasalahan di atas dapat diidentifikasi sebagai berikut:

Penyebab Masalah 1: Kurangnya pemahaman mendalam penulis terhadap terminologi teknis produk pada awal masa magang serta belum terbiasanya menyederhanakan bahasa teknis menjadi bahasa bisnis yang mudah dipahami.

Penyebab Masalah 2: Minimnya pengalaman praktis penulis dalam melakukan komunikasi bisnis profesional B2B secara langsung maupun jarak jauh melalui media telekomunikasi.

Penyebab Masalah 3: Standar Operasional Prosedur (SOP) perusahaan yang sangat ketat dalam melindungi kerahasiaan data klien demi menjaga reputasi bisnis dan keamanan sistem.

4.3 PROSES PENYELESAIAN MASALAH

Untuk mengatasi berbagai kendala tersebut, penulis mengambil langkah-langkah penyelesaian secara proaktif:

Penyelesaian 1: Berkoordinasi secara intensif dengan tim developer dan product manager untuk menyusun materi 1-pager, infografis sederhana, serta analogi dunia nyata yang mudah dipahami oleh klien awam.

Penyelesaian 2: Melakukan latihan simulasi (roleplay) secara berkala bersama tim sales serta membuat panduan naskah telepon (telephoning script) sebelum menghubungi calon klien.

Penyelesaian 3: Memanfaatkan data dummy (latihan) yang disiapkan khusus untuk keperluan analisis pemasaran serta meminta arahan serta supervisi ketat dari pembimbing lapangan terkait data apa saja yang diperbolehkan untuk diakses dan dipublikasikan.

BAB V

PORTOFOLIO HASIL KERJA DAN DOKUMENTASI VISUAL

5.1 KOMPILASI PRODUK KERJA

Selama pelaksanaan magang, penulis telah menghasilkan berbagai produk kerja nyata yang didokumentasikan sebagai portofolio profesional:

1. Tabel Riset dan Analisis Kompetitor.
2. Draft Brosur Digital dan Naskah Copywriting Pengenalan Produk ERP Doiscode.
3. Draft Dokumen Proposal Penawaran Jasa IT untuk Sektor UMKM dan Perkebunan.
4. Materi Presentasi Strategi Campaign Pemasaran.
5. Artikel Blog SEO untuk optimasi website resmi perusahaan.

5.2 FOTO, VIDEO, DAN SCREENSHOT APLIKASI

Berikut adalah dokumentasi visual berupa foto kegiatan pameran, meeting koordinasi, serta screenshot dashboard aplikasi PT Doiscode Technology:

Kegiatan Pameran Teknologi



Suasana Rapat Strategi Pemas



ameran & Interaksi Klien



Seluruh rangkaian aktivitas harian, laporan mingguan, serta hasil kerja magang telah divalidasi dan disetujui secara resmi oleh Supervisor Instansi Mitra (Bapak Jonatan Sianturi, S.T., M.Kom.) serta Dosen Pembimbing (Ibu Elvina Emanuella Br. Surbakti, S.M., M.M. / Bapak Binsar Sihombing, S.E., M.Si.) sebagaimana tercantum dalam lembar penilaian dan formulir validasi magang.

[illegible]

BAB VI

PENGALAMAN DAN REFLEKSI PEMBELAJARAN

6.1 PENGALAMAN PROFESIONAL YANG DIPEROLEH

Selama lima bulan menjalani program magang di PT Doiscode Technology, penulis memperoleh pengalaman empiris yang sangat berharga dalam ekosistem industri teknologi informasi. Penulis terlibat langsung dalam siklus perancangan kampanye pemasaran, negosiasi dengan klien korporat, hingga pengelolaan event teknologi skala regional. Pengalaman ini memberikan sudut pandang nyata mengenai bagaimana teori pemasaran internasional diterapkan untuk menghadapi dinamika pasar teknologi yang kompetitif.

6.2 KETERAMPILAN TEKNIS DAN NON-TEKNIS YANG BERKEMBANG

Peningkatan kompetensi yang dialami penulis selama magang terbagi menjadi dua aspek utama:

Keterampilan Teknis (Hard Skills): Penguasaan strategi digital marketing, penggunaan Meta Business Suite, optimasi SEO blog, teknik copywriting profesional, riset pasar agritech, dan penyusunan proposal bisnis B2B.

Keterampilan Non-Teknis (Soft Skills): Pengembangan kemampuan public speaking, komunikasi profesional lintas divisi, manajemen waktu, kerja tim (teamwork), pemecahan masalah (problem solving), dan adaptasi terhadap budaya kerja korporat yang dinamis.

6.3 REFLEKSI PENGUATAN SIKAP KERJA PROFESIONAL

Program magang ini memberikan penguatan mendalam terhadap pembentukan karakter dan sikap kerja profesional. Penulis menyadari bahwa disiplin tinggi, integritas, tanggung jawab, dan proaktif adalah kunci utama dalam membangun kredibilitas di dunia kerja. Menghargai waktu, menghormati rekan kerja, serta memiliki semangat belajar yang berkelanjutan (continuous learning) merupakan modal dasar bagi seorang sarjana pemasaran untuk sukses berkarier di kanvas profesional.

BAB VII

PENUTUP

7.1 KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh rangkaian kegiatan pemagangan yang telah dilaksanakan selama 5 bulan di PT Doiscode Technology, dapat disimpulkan bahwa program magang ini memberikan manfaat yang luar biasa bagi pengembangan kompetensi mahasiswa. Penulis mampu menerapkan ilmu Manajemen Pemasaran Internasional secara langsung, memahami proses bisnis industri IT, mengasah keterampilan pemasaran digital, serta memperkuat sikap mental profesional yang siap menghadapi dunia kerja.

7.2 SARAN

Berdasarkan pengalaman selama magang, penulis memberikan beberapa masukan yang membangun bagi pihak-pihak terkait:

1. Bagi PT Doiscode Technology: Diharapkan dapat terus melanjutkan dan mengembangkan program mentoring yang terstruktur bagi mahasiswa magang di masa mendatang agar proses transfer ilmu semakin optimal.
2. Bagi Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional: Diharapkan dapat memperluas jaringan kerja sama (networking) dengan lebih banyak perusahaan startup teknologi dan perusahaan multinasional di wilayah Medan dan sekitarnya.
3. Bagi Mahasiswa Berikutnya: Disarankan untuk mempersiapkan pemahaman dasar mengenai teknologi informasi, melatih kepercayaan diri, serta aktif membangun komunikasi yang baik sebelum memasuki dunia magang.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Format Catatan Aktivitas Harian Magang

<https://student.wbi.ac.id/auth/login>

Lampiran 2: Lembar Penilaian dan Formulir Validasi Magang (Lembar 1)

Politeknik WBI
Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional
Penilaian Capaian Pembelajaran Program Magang MBKM/Mandiri

Nama Mahasiswa: Reina gracesita Siregar
NIM: 2301010170
Lokasi Magang / Perusahaan Tempat Magang: PT Discode Technology
PT Discode Technology: Jonathan Sianturi, S.Ti, M.Kom

(Berikan Nilai AMCKA sesuai range dalam kolom yang sesuai atau berikan kode "NA" bila tidak dapat diberikan / tidak terukur)

No	Penguasaan Kajian	Sangat Baik	Baik	Sedang	Kurang	Buruk	Catatan
		80-100 😊😊😊	65-79 😊	55-64 😊	40-54 😊	<40 😞😞	
A. HARD SKILL							
1	Komunikasi Pemasaran Terpadu						
a	Seberapa baik mahasiswa berkomunikasi dalam lingkungan kerja?	80					
b	Seberapa baik mahasiswa berkomunikasi dengan pelanggan?		79				
2	Manajemen Hubungan Pelanggan						
a	Seberapa baik mahasiswa menggunakan platform komunikasi dengan pelanggan yang ditetapkan perusahaan?		79				
b	Seberapa baik mahasiswa melakukan pencatatan tentang informasi layanan dan pembelian dari pelanggan?	80					
c	Seberapa baik mahasiswa mengenali kebutuhan keluhan pelanggan?	90					
d	Seberapa baik mahasiswa menangani keluhan pelanggan?		79				
3	Ekspor/Impor (*)						
a	Seberapa baik mahasiswa mengenali institusi yang terlibat dalam kegiatan ekspor/impor?			64			
b	Seberapa baik mahasiswa memahami prosedur ekspor/impor?			64			
c	Seberapa baik mahasiswa memahami tata cara pembayaran transaksi ekspor/impor?		79				
d	Seberapa baik mahasiswa mengenal dan memahami jenis-jenis dokumen ekspor/impor?			55			
e	Seberapa baik mahasiswa melakukan tugas dalam rangkaian proses ekspor/impor di perusahaan?			64			
4							
a	Seberapa baik mahasiswa mengenali faktor-faktor internal perusahaan yang penting dalam pemasaran?	90					
b	Seberapa baik mahasiswa mengenali faktor-faktor eksternal perusahaan yang penting dalam pemasaran?		79				
c	Seberapa baik mahasiswa merumuskan strategi jangka panjang pemasaran bagi perusahaan?	90					
5	Perencanaan Pemasaran						

No	Penguasaan Kajian	Sangat Baik	Baik	Sedang	Kurang	Buruk	Catatan
		😊😊	😊	😐	😐	😐😐	
		80-100	65-79	55-64	40-54	<40	
a	Seberapa baik mahasiswa menguasai rencana riset pemasaran untuk menjawab permasalahan?	80					
b	Seberapa baik mahasiswa menguasai kegiatan riset pemasaran?	80					
c	Seberapa baik mahasiswa menguasai dan merumuskan hasil serta rekomendasi riset pemasaran?	80					
6. Keterampilan							
a	Seberapa baik mahasiswa mengenali peluang dan tantangan dalam perusahaan?	90					
b	Seberapa baik mahasiswa merumuskan ide memanfaatkan peluang atau mengatasi masalah / tantangan perusahaan?	85					
7. Kelolaan Pemasaran							
a	Seberapa baik mahasiswa dapat mengumpulkan ragam data dan memanfaatkan ragam sumber informasi pemasaran?	80					
b	Seberapa baik mahasiswa menggunakan dan memanfaatkan data internet untuk pengambilan keputusan pemasaran?	80					
B. SOFT SKILL							
1. Kemampuan Berkomunikasi (Communication skill)							
a	Komunikasi Dengan Atasan	85					
b	Komunikasi dengan sejawat	80					
c	Komunikasi dengan bawahan / orang luar	80					
2. Kemampuan Berkerjasama (Teamwork)							
a	Mendengarkan orang lain dengan cermat, mengalokasikan waktu untuk memahami dan mengajukan pertanyaan yang tepat tanpa menyela	80					
b	Secara efektif mengelola konflik, dan menghormati kepribadian yang beragam	85					
c	Bertanggung jawab hasil kerja individu dan tim	80					
d	Gunakan kekuatan, pengetahuan, dan bakat pribadi untuk membantu orang lain	85					
e	Kemampuan untuk berkompromi dan mudah beradaptasi	90					
f	Berkolaborasi dengan orang lain untuk mencapai tujuan bersama		79				
g	Membangun hubungan kerja yang kuat dan positif dengan supervisor dan anggota tim/rekan kerja	80					
3. Kemampuan Berinisiatif (Leadership)							
a	Kemampuan analisis dan mengambil keputusan	80					
b	Kemampuan memotivasi	80					
c	Kemampuan komunikasi dan mendengarkan		79				
d	Kemampuan mendelegasikan tugas atau wewenang		79				
e	Kemampuan menciptakan lingkungan kerja yang sehat	80					
4. Sikap Kerja							
a	Keterandalan	80					

No	Penguasaan Kajian	Sangat Baik	Baik	Sedang	Kurang	Buruk	Catatan
		😊😊	😊	😊	😊	😊😊	
		80-100	65-79	55-64	40-54	<40	
b	Tanggung Jawab	90					
c	Disiplin	80					
d	Perilaku Jujur	90					
e	Kelayakan untuk Dipercaya	85					
C. KELEIHAN MAHASISWA							
Mahasiswa memiliki kemampuan berpikir kritis dan analitis yang baik serta mampu memberikan saran dan masukan yang konstruktif dan relevan untuk strategi pemasaran Pt Oiscode Technology.							
D. KELEMAHAN MAHASISWA							
Mahasiswa masih Perlu meningkatkan kepercayaan diri dalam berkomunikasi, terutama saat berinteraksi dan bernegosiasi dengan calon klien							

Keterangan : ']' = Disisi apabila perusahaan memiliki logotipe Ekspor - Import

Mengetahui,
Ketua Program Studi



(Binsar Sihombing, SE. M.Si)

Supervisor Magang



(Jonathan Siregar, S.Ti, M.Kom)

Supervisor Magang

Lampiran 3: Dokumentasi Foto Kegiatan Magang di PT Doiscode Technology



