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:

MARSELINA TARIGAN

NIM: 2301010151

INSTANSI MITRA: PT. DOISCODE TECHNOLOGY

MEDAN

2026

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa	: Marselina Tarigan
NIM	: 2301010151
Program Studi	: Manajemen Pemasaran Internasional
Judul Magang	: Strategi Pemasaran Digital & Customer Relations di PT Doiscode Technology
Waktu Pelaksanaan	: 1/04/2026 s/d 31/08/2026

Disetujui Oleh :

Pembimbing Lapangan	Dosen Pembimbing Magang
Jonatan Sianturi, S.TI, M.KOM	Elvina Emanuella Br. Surbakti, S.M.,M.M
Supervisor Instansi Mitra	

Disetujui Oleh :
Ketua Program Studi

Binsar Sihombing, S.E., M.Si.
NIND : 010806650

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir Magang di PT Doiscode Technology dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pemagangan mahasiswa Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia periode 1 April 2026 sampai 31 Agustus 2026.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Pimpinan PT Doiscode Technology yang telah memberikan kesempatan magang
2. Supervisor Instansi Mitra dan seluruh tim Marketing & Customer Relation yang telah membimbing
3. Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia
4. Keluarga dan teman-teman yang selalu mendukung

Penulis menyadari laporan ini masih jauh dari sempurna. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan.

Medan, 31 Agustus 2026



MARSELINA TARIGAN

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN i
KATA PENGANTAR ii
DAFTAR ISI iii
DAFTAR TABEL, GAMBAR, DAN LAMPIRAN v

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Pemagangan 1
1.2 Tujuan Kegiatan 1
1.3 Manfaat Kegiatan 1

BAB II PROFIL INSTANSI MITRA 2
2.1 Sejarah Singkat Instansi 2
2.2 Struktur Organisasi 2
2.3 Deskripsi Unit Kerja Tempat Pemagangan 2
2.4 Sistem Akuntansi dan Perpajakan yang Diterapkan 2

BAB III REKAPITULASI AKTIVITAS DAN CAPAIAN KERJA 3
3.1 Rangkuman Aktivitas Harian dan Mingguan 3
3.2 Capaian Kerja Terpenting 4

BAB IV PERMASALAHAN DAN PEMECAHAN MASALAH 5
4.1 Uraian Masalah yang Muncul 5
4.2 Analisis Penyebab Masalah 5
4.3 Proses Penyelesaian Masalah 5

BAB V PORTOFOLIO HASIL KERJA DAN DOKUMENTASI VISUAL 6

5.1 Kompilasi Produk Kerja 6
5.2 Foto, Video, Screenshot Aplikasi 6
5.3 Bukti Validasi Supervisor dan Dosen Pembimbing 7

BAB VI PENGALAMAN DAN REFLEKSI PEMBELAJARAN 8
6.1 Pengalaman Profesional yang Diperoleh 8
6.2 Keterampilan Teknis dan Non-Teknis yang Berkembang 8
6.3 Refleksi Penguatan Sikap Kerja Profesional 8

BAB VII PENUTUP 9
7.1 Kesimpulan 9
7.2 Saran 9

LAMPIRAN 10

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rangkuman Aktivitas Bulan April 2026 3
Tabel 3.2 Rangkuman Aktivitas Bulan Mei 2026 3
Tabel 3.3 Rangkuman Aktivitas Bulan Juni 2026 3
Tabel 3.4 Rangkuman Aktivitas Bulan Juli 2026 3
Tabel 3.5 Rangkuman Aktivitas Bulan Agustus 2026 4

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Screenshot Dashboard Aplikasi Doiscode 15
Gambar 5.2 Foto Kegiatan Event 10 April 2026 15
Gambar 5.3 Foto Kegiatan 19 Juni 2026 15

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Format Catatan Aktivitas Harian 20
Lampiran 2. Laporan Mingguan 20
Lampiran 3. Formulir Validasi 20
Lampiran 4. Sertifikat/Surat Keterangan Pemagangan 20

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemagangan

Magang merupakan bagian penting dalam kurikulum Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia. Melalui kegiatan magang, mahasiswa diharapkan dapat mengintegrasikan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan praktik kerja di industri.

Penulis melaksanakan pemagangan di PT Doiscode Technology selama 5 bulan, yaitu dari tanggal 1 April 2026 sampai dengan 31 Agustus 2026. PT Doiscode Technology dipilih karena merupakan perusahaan pengembang perangkat lunak dan konsultan IT yang berfokus pada penyediaan solusi digital dan sistem cerdas untuk sektor agribisnis serta perkebunan kelapa sawit.

1.2 Tujuan Kegiatan

1. Menerapkan ilmu Manajemen Pemasaran Internasional pada industri teknologi informasi.
2. Memahami sistem kerja, budaya organisasi, dan proses bisnis di PT Doiscode Technology.
3. Mengembangkan keterampilan dalam bidang digital marketing, customer relation, dan riset pasar.
4. Membangun jejaring profesional dan pengalaman kerja di bidang IT.

1.3 Manfaat Kegiatan

Bagi Mahasiswa : Memperoleh pengalaman kerja nyata, meningkatkan kompetensi teknis dan non-teknis, serta memahami dunia industri.

Bagi Instansi Mitra : Mendapatkan dukungan sumber daya manusia dalam kegiatan administrasi, marketing, dan riset.

Bagi Politeknik : Menjalin kerjasama dengan industri untuk program link and match.

BAB II

PROFIL INSTANSI MITRA

2.1 Sejarah Singkat Instansi



PT Doiscode Technology adalah perusahaan pengembang perangkat lunak dan konsultan IT di Indonesia. Perusahaan ini berfokus pada penyediaan solusi digital dan sistem cerdas untuk sektor agribisnis serta perkebunan kelapa sawit.

2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT Doiscode Technology terdiri dari Direksi, Tim Developer, Tim Marketing & Sales, Tim Customer Service, dan Tim HRD. Penulis ditempatkan di bawah koordinasi Tim Marketing & Customer Relation.

2.3 Deskripsi Unit Kerja Tempat Pemagangan

Unit kerja tempat penulis magang adalah Bagian Marketing & Customer Relation. Tugas utama unit ini adalah merancang strategi pemasaran digital, mengelola media sosial perusahaan, menangani komunikasi dengan klien, melakukan riset pasar, dan mendukung kegiatan penjualan B2B.

2.4 Sistem Akuntansi dan Perpajakan yang Diterapkan

Sistem akuntansi dan perpajakan di PT Doiscode Technology menggunakan software ERP terintegrasi untuk pencatatan transaksi keuangan. Perusahaan menerapkan sistem perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia, termasuk PPN dan PPh. Detail lebih lanjut merupakan kebijakan internal perusahaan.

BAB III

REKAPITULASI AKTIVITAS DAN CAPAIAN KERJA

3.1 Rangkuman Aktivitas Harian dan Mingguan

Berikut ini Adalah laporan harian dan mingguan aktivitas dan capaian kerja :

Tabel 3.1 Rangkuman Aktivitas Bulan April 2026

Minggu	Aktivitas Utama
Minggu 1	Orientasi perusahaan, perkenalan tim, mempelajaricompany profile
Minggu 2	Training produk, admin CS, membalas chat customer
Minggu 3	Riset 3 kompetitor, membuat tabel perbandingan fitur
Minggu 4	Event Teknologi 10 April 2026: Bertugas di booth dan prospek 20+ pengunjung

Tabel 3.2 Rangkuman Aktivitas Bulan Mei 2026

Minggu	Aktivitas Utama
Minggu 1	Meeting strategi digital marketing, analisis insight IG & LinkedIn
Minggu 2	Pembuatan konten, copywriting brosur digital
Minggu 3	Email marketing B2B, riset pasar UMKM Medan
Minggu 4	Evaluasi konten dan campaign,membuat laporan mingguan

Tabel 3.3 Rangkuman Aktivitas Bulan Juni 2026

Minggu	Aktivitas Utama
Minggu 1	Training teknik closing sales, mempelajari paket harga
Minggu 2	Menyusun dan mengirim 15 proposal penawaran
Minggu 3	Follow up proposal via WA/Telepon, simulasi presentasi
Minggu 4	Kegiatan internal perusahaan 19 Juni 2026, evaluasi hasil

Tabel 3.4 Rangkuman Aktivitas Bulan Juli 2026

Minggu	Aktivitas Utama
Minggu 1	Rapat strategi branding, konsep video profil
Minggu 2	Kolaborasi dengan komunitas IT, pembuatan artikel blog SEO
Minggu 3	Persiapan Webinar "Go Digital Bareng PT Doiscode"
Minggu 4	Eksekusi Webinar sebagai moderator dan panitia

Tabel 3.5 Rangkuman Aktivitas Bulan Agustus 2026

Minggu	Aktivitas Utama
Minggu 1	Launching campaign "Merdeka Digital", monitoring giveaway
Minggu 2	Mengumpulkan data 5 bulan, seleksi testimoni klien
Minggu 3	Penyusunan draft laporan akhir dan PPT presentasi
Minggu 4	Presentasi penutupan 22 Agustus 2026, penyerahan sertifikat

3.2 Capaian Kerja Terpenting

1. Berhasil melakukan prospek kepada lebih dari 20 pengunjung pada Event 10 April 2026.
2. Mengirim 15 proposal penawaran jasa IT kepada calon klien UMKM.
3. Menjadi moderator dan panitia pada Webinar "Go Digital Bareng PT Doiscode" dengan peserta 50+ orang.
4. Membuat 20+ konten untuk media sosial Instagram dan LinkedIn Perusahaan.
5. Menyelesaikan laporan riset pasar terhadap 5 kompetitor utama.

BAB IV

PERMASALAHAN DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 Uraian Masalah yang Muncul

Masalah 1 : Kesulitan menjelaskan produk teknis IT seperti ERP dan IoT kepada calon klien yang belum memahami teknologi.

Masalah 2 : Rasa gugup dan kurang percaya diri saat melakukan komunikasi via telepon kepada calon klien pada awal pemagangan.

Masalah 3 : Keterbatasan akses terhadap data klien karena kebijakan privasi perusahaan.

4.2 Analisis Penyebab Masalah

Penyebab Masalah 1 : Kurangnya pemahaman penulis terhadap istilah teknis produk pada awal magang.

Penyebab Masalah 2 : Minimnya pengalaman dalam melakukan cold calling dan komunikasi profesional B2B.

Penyebab Masalah 3 : Adanya kebijakan perusahaan untuk menjaga kerahasiaan data klien.

4.3 Proses Penyelesaian Masalah

Penyelesaian 1 : Berkoordinasi dengan tim developer untuk membuat materi 1-pager dan analogi sederhana agar mudah dipahami klien awam.

Penyelesaian 2 : Melakukan roleplay dengan tim sales dan membuat script telepon untuk latihan sebelum menghubungi klien.

Penyelesaian 3 : Menggunakan data dummy untuk latihan analisis dan meminta arahan supervisor terkait data yang boleh digunakan.

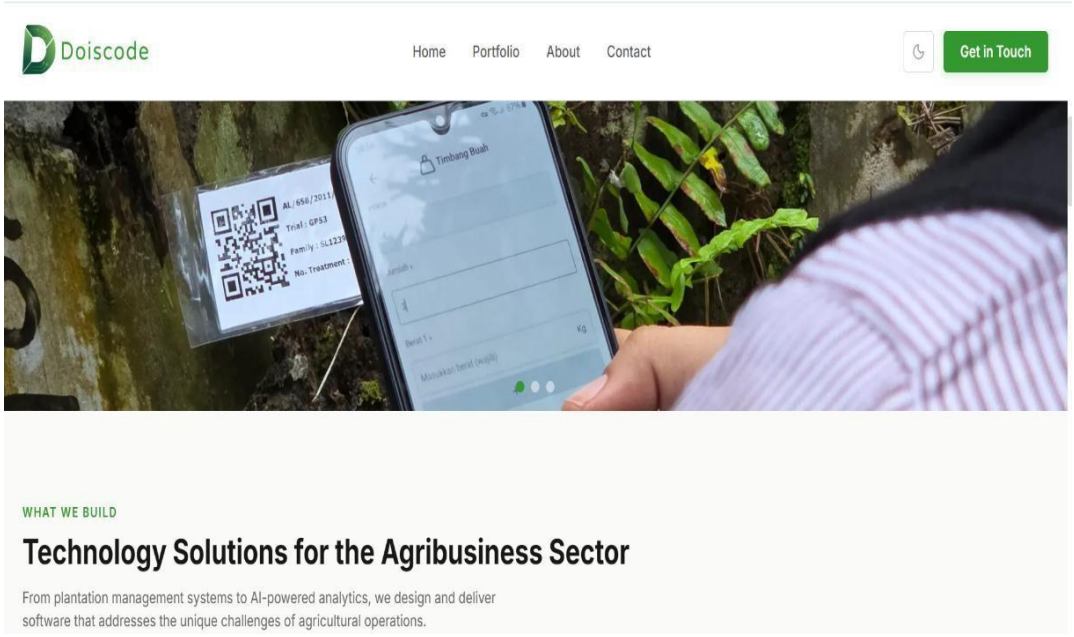
BAB V

PORTOFOLIO HASIL KERJA DAN DOKUMENTASI VISUAL

5.1 Kompilasi Produk Kerja

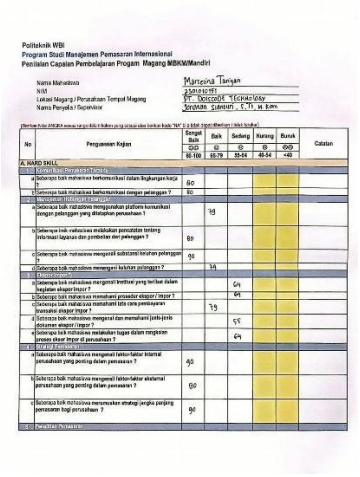
1. Tabel Riset Kompetitor 5 Perusahaan IT Agritech
2. Draft Brosur Digital dan Copywriting Produk Doiscode
3. Draft Proposal Penawaran Jasa IT untuk UMKM
4. Materi Presentasi Campaign "Merdeka Digital"
5. Artikel Blog SEO untuk website perusahaan

5.2 Foto, Video, Screenshot Aplikasi



Gambar 5.2: Screenshot Dashboard Aplikasi Doiscode

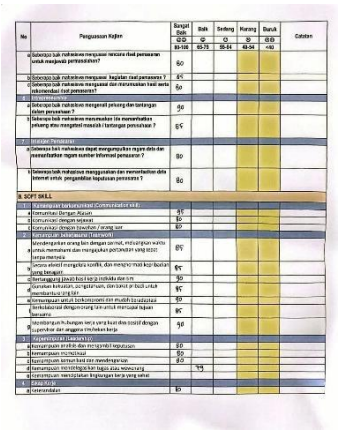
5.3 Bukti Validasi Supervisor dan Dosen Pembimbing



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

Nama Mahasiswa : Marseina Tarigan
NIM : 2501010181
Lokasi Magang / Perusahaan Tempat Magang : PT. Doccom Technology
Nama Penyelia / Supervisor : Sayuti Sumiri, S.Pi, M.Kom

No	Penguasaan Kajian	Sangat Baik	Baik	Sedang	Kurang	Buruk	Catatan
		80-100	65-79	55-64	40-54	<40	
A. HARD SKILL							
1.1	Kemampuan berkomunikasi (Communication skill) :						
a	Seberapa baik mahasiswa berkomunikasi dalam lingkungan kerja ?	80					
b	Seberapa baik mahasiswa berkomunikasi dengan pelanggan ?	80					
1.2	Kemampuan berfikir kritis :						
a	Seberapa baik mahasiswa menggunakan platform komunikasi dengan pelanggan yang ditetapkan perusahaan ?	78					
b	Seberapa baik mahasiswa melakukan penelitian tentang informasi layanan dan pemberian dari pelanggan ?	80					
c	Seberapa baik mahasiswa mengurutkan substansi keluhan pelanggan ?	90					
d	Seberapa baik mahasiswa menangani keluhan pelanggan ?			76			
1.3	Pengetahuan :						
a	Seberapa baik mahasiswa mengenali struktur 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 ?			75			
d	Seberapa baik mahasiswa mengenal dan memahami jenis-jenis dokumen ekspor / impor ?			55			
e	Seberapa baik mahasiswa melakukan tugas dalam mengisi proses ekspor impor di perusahaan ?			69			
1.4	Skill (Keterampilan) :						
a	Seberapa baik mahasiswa mengenali faktor-faktor internal perusahaan yang penting dalam pemasaran ?	40					
b	Seberapa baik mahasiswa mengenali faktor-faktor eksternal perusahaan yang penting dalam pemasaran ?	80					
c	Seberapa baik mahasiswa menemukan strategi jangka panjang pemasaran bagi perusahaan ?	90					
1.5	Kewajiban Perusahaan :						



No	Penguasaan Kajian	Sangat Baik	Baik	Sedang	Kurang	Buruk	Catatan
		80-100	65-75	55-64	40-54	<40	
a	Seberapa baik mahasiswa mengatasi tantangan riset pemasaran untuk menjawab permasalahan?	80					
b	Seberapa baik mahasiswa menguasai kegiatan riset pemasaran ?	85					
c	Seberapa baik mahasiswa menganalisa dan merumuskan hasil serta rekomendasi riset pemasaran?	80					
2.2	Kemampuan Analisis :						
a	Seberapa baik mahasiswa mengenali peluang dan tantangan dalam perusahaan ?	90					
b	Seberapa baik mahasiswa menemukan (to menentukan) peluang atau mengatasi masalah / tantangan perusahaan ?	85					
2.3	Kemampuan Pemasaran :						
a	Seberapa baik mahasiswa dapat mengumpulkan ngam data dan menentukan ngam sumber informasi perusahaan ?	80					
b	Seberapa baik mahasiswa menggunakan dan menentukan data internet untuk pengambilan keputusan perusahaan ?	80					
B. SOFT SKILL							
3.1	Kemampuan berkomunikasi (Communication skill) :						
a	Komunikasi Dengan Atasan	85					
b	Komunikasi dengan sejawat	80					
c	Komunikasi dengan Telepon / orang lain	80					
3.2	Kemampuan bekerjasama (Teamwork) :						
a	Mendengarkan orang lain dengan sarmat, menyangkan waktu untuk memahami dan mengajukan pertanyaan yang sesuai serta materia	85					
b	secara efektif mengelola konflik, dan menjaga hubungan kerja tetap baik !	85					
c	Bertanggung jawab atas tugas yang diberikan oleh	90					
d	Memberi keluasan, pengaruhan, dan berbagi pribadi untuk membantu orang lain	85					
e	Menempatkan diri di berbagai posisi dan situasi berbeda	80					
f	Berkolaborasi dengannorang lain untuk mencapai tujuan bersama	85					
g	Membangun hubungan kerja yang baik dan positif dengan supervisor dan anggota timdalam kerja	90					
3.3	Kepemimpinan (Leadership) :						
a	Kemampuan analisis dan mengambil keputusan	80					
b	Kemampuan memotivasi	80					
c	Kemampuan berkomunikasi dan mendengarkan	80					
d	Kemampuan mendelegasikan tugas atau wewenang		75				
e	Kemampuan menciptakan lingkungan kerja yang sehat						
3.4	Etika Kerja :						
a	Kerendahan	80					



No	Penguasaan Kajian	Sangat Baik	Baik	Sedang	Kurang	Buruk	Catatan
		80-100	65-79	55-64	40-54	<40	
b	Tanggung Jawab	85					
c	Kedisiplinan	80					
d	Perilaku Jujur	80					
e	Ketaatan untuk Dipercaya	90					

C. KELEBIHAN MAHASISWA
mahasiswa memiliki kemampuan berpikir kritis dan analitis yang baik, serta mampu memberikan saran dan masukan yang konstruktif dan rencana untuk strategi pemasaran di perusahaan

D. KELEMAHAN MAHASISWA
mahasiswa masih perlu meningkatkan kepercayaan diri dalam berkomunikasi, terutama saat berinteraksi dan bertegaskan dengan orang lain.

Keterangan : *) = Diisi apabila perusahaan memiliki kegiatan Ekspor - Import

Mengetahui,
Ketua Program Studi

(Binsar Sihombing, SE. M.Si.)

Supervisor Magang

(Sayuti Sumiri, S.Pi, M.Kom)
nama penyelia / supervisor

BAB VI

PENGALAMAN DAN REFLEKSI PEMBELAJARAN

6.1 Pengalaman Profesional yang Diperoleh

Selama 5 bulan magang, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam lingkungan kerja profesional di industri IT. Penulis terlibat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan strategi marketing, komunikasi dengan klien, serta pelaksanaan event perusahaan.

6.2 Keterampilan Teknis dan Non-Teknis yang Berkembang

Keterampilan Teknis: Digital marketing, penggunaan Meta Business Suite, pembuatan konten, riset pasar, penyusunan proposal.

Keterampilan Non-Teknis: Public speaking, komunikasi profesional, kerja tim, manajemen waktu, problem solving, dan adaptasi.

6.3 Refleksi Penguatan Sikap Kerja Profesional

Magang ini menguatkan sikap disiplin, tanggung jawab, dan proaktif. Penulis belajar bahwa dalam dunia kerja profesional, data dan komunikasi yang efektif adalah kunci keberhasilan. Sikap menghargai waktu, menghormati rekan kerja, dan mau belajar hal baru sangat penting untuk berkembang.

BAB VII

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan pemagangan selama 5 bulan di PT Doiscode Technology, penulis menyimpulkan bahwa kegiatan magang telah memberikan pengalaman dan wawasan baru mengenai penerapan ilmu Manajemen Pemasaran Internasional di industri teknologi. Penulis mampu memahami proses bisnis, mengembangkan keterampilan marketing digital, dan meningkatkan sikap profesional.

7.2 Saran

Bagi Instansi Mitra: Diharapkan dapat terus memberikan program mentoring yang terstruktur bagi mahasiswa magang.

Bagi Program Studi: Diharapkan memperluas kerjasama dengan lebih banyak perusahaan startup teknologi di wilayah Medan.

Bagi Mahasiswa Berikutnya: Sebaiknya mempersiapkan pemahaman dasar tentang produk IT dan melatih kemampuan komunikasi sebelum memulai magang.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Format Catatan Aktivitas Harian

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

Lampiran 2. Laporan Mingguan
















Lampiran 3. Formulir Validasi Supervisor dan Dosen Pembimbing

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

Nama Mahasiswa : Marselina Tangan
NIM : 2301010151
Lokasi Magang / Perusahaan Tempat Magang : PT. DOISCODE TECHNOLOGY
Nama Penyelia / Supervisor : Jonatan Siantun, S.Ti, M.Kom

(Berikan Nilai ANGKA 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 ?	80					
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 substansi 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 eksor impor di perusahaan ?			64			
4	Strategi Pemasaran						
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 ?	80					
c	Seberapa baik mahasiswa merumuskan strategi jangka panjang pemasaran bagi perusahaan ?	90					
5	Penelitian 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 ?	85					
c	Seberapa baik mahasiswa menguasai dan merumuskan hasil serta rekomendasi riset pemasaran?	80					
6	Intrapreneurship						
a	Seberapa baik mahasiswa mengenali peluang dan tantangan dalam perusahaan ?	90					
b	Seberapa baik mahasiswa merumuskan ide memanfaatkan poluang atau mangatasi masalah / tantangan perusahaan ?	85					
7	Intelejen 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	95					
b	Komunikasi dengan sejawat	80					
c	Komunikasi dengan bawahan / orang luar	80					
2	Kemampuan bekerjasama (Teamwork)						
a	Mendengarkan orang lain dengan cermat, meluangkan waktu untuk memahami dan mengajukan pertanyaan yang tepat tanpa menyela	85					
b	Secara efektif mengelola konflik, dan menghormati kepribadian yang beragam	85					
c	Bertanggung jawab hasil kerja individu dan tim	90					
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	85					
g	Membangun hubungan kerja yang kuat dan positif dengan supervisor dan anggota tim/rekan kerja	90					
3	Kepemimpinan (Leadership)						
a	Kemampuan analisis dan mengambil keputusan	80					
b	Kemampuan memotivasi	80					
c	Kemampuan komunikasi dan mendengarkan	80					
d	Kemampuan mendelegasikan tugas atau wewenang		79				
e	Kemampuan menciptakan lingkungan kerja yang sehat						
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	95					
c	Kedisiplinan	90					
d	Perilaku Jujur	90					
e	Kelayakan untuk Dipercaya	90					

C. KELEBIHAN MAHASISWA

mahasiswa memiliki kemampuan berpikir kritis dan analitis yang baik, serta mampu memberikan saran dan masukan yang konstruktif dan relevan untuk strategi pemasaran di perusahaan

D. KELEMAHAN MAHASISWA

mahasiswa masih perlu meningkatkan kepercayaan diri dalam berkomunikasi, terutama saat berinteraksi dan bernegosiasi dengan calon klien.

Keterangan : *) = Diisi apabila perusahaan memiliki kegiatan Ekspor - Import

Mengetahui,
Ketua Program Studi

(Binsar Sihombing, SE. M.Si.)

Supervisor Magang

(Jacoba Sigalingging, S.Tl, M.Kom)
<nama penyelia / supervisor>