

**LAPORAN MAGANG**  
**IMPLEMENTASI STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI AKUN**  
**MEDIA SOSIAL DAN PERUMUSAN PROMO DI USAHA BAKSO**  
**KLENGER RATU SARI JOGJAKARTA**



**Disusun oleh:**

**Rara Astri Sholil Luna**

**402019421055**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN**  
**UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR**  
**TAHUN 2022/1444 H**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan penulis jalan untuk akhirnya menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan. Laporan ini disusun berdasarkan hasil kegiatan praktik kerja lapangan yang dilaksanakan praktikan selama 30 hari kerja.

Salawat serta salam tidak lupa juga praktikan haturkan untuk junjungan Nabi Agung, yaitu Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan petunjuk Allah SWT untuk kita semua, yang merupakan sebuah petunjuk yang paling benar yakni Syariah agama Islam yang sempurna dan merupakan satu-satunya karunia paling besar bagi seluruh alam semesta.

Selain itu, Penulis tentu menyadari bahwa laporan ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu praktikan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar kedepannya laporan ini dapat menjadi lebih baik lagi

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Program praktek kerja magang adalah suatu kegiatan pembelajaran dilapangan yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menumbuhkan kemampuan mahasiswi dalam dunia kerja nyata. Pembelajaran ini dilaksanakan melalui hubungan yang intensif antara peserta program praktek kerja magang dan perusahaan. Mahasiswi yang akan memasuki dunia kerja harus mempersiapkan diri sebaik-baiknya dan tidak terpaku hanya pada kompetensi disiplin ilmu dari perguruan tinggi saja. Tapi sebaliknya, mahasiswi juga dituntut harus memiliki pengalaman, pengetahuan dan wawasan dunia kerja.

UNIDA gontor merupakn salah satu Universitas yang mengajarkan tentang kedisiplinan dengan tujuan membentuk kompetensi yang dapat mencetak mahasiswi yang berdedikasih tinggi, disiplin, terampil, dan bertanggung jawab, dalam lingkungan masyarakat atau lingkungan kerja kedepannya. Untuk itu UNIDA Gontor menerapkan program magang sebagai salah satu kegiatan wajib yang dilakukan oleh mahasiswi, ini merupan cara untuk mengenalkan mahasiswi terhadap pengalaman dalam berkerja.

Dalam kegiatan magang yang dilakukan oleh penulis adalah dalam bidang digital Marketing, digital marketing adalah istilah umum yang digunakan untuk pemasaran barang dan jasa yang di targetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Tujuan dalam digital marketing adalah untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan traffic penjualan melalui beberapa tenik pemasaran digital. Istilah lain dari digital marketing adalah online marketing atau internet marketing. Digital marketing sebenarnya hampir mirip dengan pemasaran pada umumnya. Namun, yang membedakan adalah perangkat yang digunakan (tools).<sup>1</sup>

Di zaman yang serba digital ini banyak perusahaan yang telah berfokus pada digital marketing dalam pelaksanaan pemasarannya begitu juga dengan Usah

---

<sup>1</sup> Andy Prasetyo Wati, DKK. *Digital Marketing*. Edulitera. Malang: Cetakan Pertama. 2020. Hal. 11.

Bakso klenger ratu sari Jogjakarta, karna adanya pandemic covid-19 yang mengaruskan usaha ini memberikan focus tersendiri terhadap pemasarannya baik melalui go-food, grap-food, ataupun shopee-food. Bakso klenger adalah usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan menu andalan utamanya adalah Bakso, usaha ini sudah banyak di gemari oleh konsumen dan menjadi kuliner yang dicari oleh wisatawan apabila berkunjung di Jogjakarta.

Bakso Klenger Ratu Sari, pertama kali didirikan di Jalan Wahid Hasyim, No 296, Nologaten, Caturtunggal, Depok, Sleman, Lokasinya tidak jauh dari Ambarukmo plaza Jogjakarta.

Program Magang di UNIDA Gontor merupakan salah satu mata kuliah wajib oleh Program Studi Manajemen. Melalui praktek kerja magang ini penulis berharap dapat menerapkan antara konsep teori dan praktek yang akan bermuara kepada peningkatan prestasi belajar sekaligus memberi bekal kepada penulis untuk memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

## **1.2.Rumusan Masalah**

- 1.2.1. Bagaimana pengimplementasian digital marketing dalam pemasaran Bakso Klenger ratu sari Jogjakarta.
- 1.2.2. Bagaimana starategi Promosi dalam pemasaran Bakso Klenger ratu sari Jogjakarta.

## **1.3.Tujuan Penelitian**

- 1.3.1. Untuk mengetahui bagaimana pengimplentasian digital marketing
- 1.3.2. Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi dalam pemasaran Bakso Klenger ratu sari Jogjakarta.

## **1.4.Manfaat Penelitian**

Dari adanya kegiatan magang ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1. Bagi Mahasiswi
  - 1) Memberikan wawasan dan pengalaman kerja dalam bidang digital marketing.
  - 2) Mahasiswi mendapatkan pelajaran mengenai perumusan promo dan strategi marketing lainnya.
  - 3) Sebagai wadah bagi mahasiswi untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat semasa kuliah.

#### 1.4.2. Bagi tempat usaha dan UNIDA

- 1) Terciptanya hubungan baik dan adanya pertukaran informasi antara Bakso Klenger Ratu Sari Group dengan Universitas Darussalam Gontor khususnya Fakultas Ekonomi dan Manajemen.
- 2) Dapat mengetahui dan menilai kemampuan mahasiswi dalam menerapkan dan pengaplikasian ilmu yang telah di dapat di pelajaran kuliah.

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Strategi Digital marketing

Digital Marketing adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Tujuan utama dari digital marketing adalah untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan traffic penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital. Istilah lain dari digital marketing adalah online marketing atau internet marketing. Digital marketing sebenarnya hampir mirip dengan pemasaran pada umumnya. Namun, yang membedakan adalah perangkat yang digunakan.

Digital Marketing telah berkembang dengan pesat sejak penggunaan internet semakin tinggi. Tingkat penggunaan ini dipicu dengan kehadiran smartphone. Akan tetapi tidak banyak yang tahu mengenai strategi dan jenis jenis dari digital marketing.



Analisa terhadap aspek internal dalam penentuan strategi digital marketing memegang peranan pokok dalam keberhasilan implementasi strategi tersebut. Namun hal lain yang tidak boleh dilupakan adalah terkait

keadaan eksternal yang juga perlu untuk dianalisis, utamanya terkait pelanggan dari pasar digital yang menjadi target utama bisnis<sup>2</sup>

Strategi pemasaran digital akan membantu pemasar untuk menganalisis konsumen dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh dari konsumen secara langsung. Sehingga pemasar bisa memastikan bahwa strategi yang diterapkan sudah relevan dengan bisnis yang dijalkannya. Untuk pengabdian ke pemasaran digital, penting bagi pemasar untuk memahami perkembangan pasar digital, dan bagaimana teknologi sangat berpengaruh pada perkembangan bisnis kita untuk meningkatkan brand dan mendatangkan pelanggan untuk kita. Semakin banyak target pasar yang menggunakan teknologi maka semakin mudah pemasar untuk meneliti, mengevaluasi, menganalisis sebuah produk atau jasa yang dikonsumsi oleh konsumen.<sup>3</sup>

Digital Marketing memungkinkan pengiklan berkomunikasi langsung dengan konsumen tanpa terhalang oleh waktu dan lokasi geografis. Dimana salah satu cara terbaik dalam meminimalisir kecacauan dan berkomunikasi langsung dengan pelanggannya yaitu dengan melakukan pemasaran digital.

Adapun manfaat yang diharapkan oleh bakso klenger dari digital marketing adalah:

- a. Meningkatkan penjualan
- b. Lebih dekat dengan konsumen
- c. Meningkatkan pendapatan

## **2.2.Sosial Media Marketing**

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial

---

<sup>2</sup> Diana Rapisari. *DIGITAL MARKETING BERBASIS APLIKASI SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN*. Vol. 10 No. 2. 2016. Hal 110.

<sup>3</sup> Andy Prasetyo Wati, DKK. Ibid. Hal. 12.

adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.<sup>4</sup>

Sosial media marketing adalah pemasaran menggunakan situs media sosial untuk meningkatkan visibilitas di internet dan untuk mempromosikan produk dan layanan. Situs media sosial berguna untuk membangun jejaring sosial dan bisnis. Melalui sosial media bisa menjadi jembatan untuk bertukar ide, pengetahuan, bahkan komunikasi antar pengguna.

Adapun media sosial yang digunakan adalah Instagram, WhatsApp dan Tik Tok, sosial media digunakan oleh bakso klenger sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada calon konsumen baik dalam bentuk video konten, poster dll.

a. Instagram

Sebuah aplikasi berbagi foto atau video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, video, berkomentar bahkan aktivitas jejaring lainnya seperti beriklan. Kini Instagram sudah dilengkapi dengan fitur swipe up bahkan insight. Dengan memakai fitur insight (Instagram analytics) maka pelaku Usaha dapat mengetahui kinerja akun Instagram misalnya mendapatkan data demografi followers, data jangkauan dan engagement pada konten Instagram, data jumlah kunjungan profil dan lain-lain.

b. WhatsApp

Whatsapp marketing adalah jenis pemasaran dan promosi yang dilakukan melalui aplikasi Whatsapp. Platform ini membantu merek menjangkau banyak audiens, membangun hubungan yang kuat, dan meningkatkan penjualan.

---

<sup>4</sup> Tongkotow Liedfray.et.al. Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. Jurnal Ilmiah Society. Vol. 2. No1. 2022. Hal. 2.



Whatsapp marketing memungkinkan Anda untuk tetap berhubungan dengan pelanggan karena lebih dari setengah pengguna Whatsapp memeriksa aplikasi tersebut setiap harinya. Jika Anda melakukan penawaran produk melalui Whatsapp, kesempatan untuk meningkatkan penjualan bisnis Anda tentu jauh besar.

c. Tik Tok

TikTok digital marketing adalah teknik pemasaran yang dilakukan oleh sebuah merek di media sosial TikTok. Digital marketing TikTok merupakan metode pemasaran digital yang memberikan fasilitas-fasilitas bermanfaat bagi para pegiat bisnis, termasuk Sahabat Wirausaha di dalamnya. Dengan segala fitur dan fasilitas yang ada, TiKTok memberikan ragam wawasan statistik dan tools-tools canggih yang bisa digunakan oleh para pelaku bisnis seperti TikTok for Business yang bermanfaat dalam memberikan pebisnis analisa keterlibatan audiens yang komprehensif.

### **2.3. Promotion Mix**

Promosi atau kerap di sebut promo adalah bentuk komunikasi pemasaran artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan, promo juga dapat diartikan sebagai suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Garaika dan Winda Feriyan. PROMOSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP TERHADAP ANIMO CALON MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA. Jurnal Aktual STIE Trisna Negara. Volume 16 (1) Juni 2018. Hal. 25.

Dalam pemasarannya Bakso klenger menggunakan strategi promotion mix, Komponen dalam Promotion Mix lima diantaranya:

a. Advertising

Advertising atau iklan adalah presentasi atau promosi untuk sebuah barang atau jasa. Iklan merupakan salah satu alat promosi yang paling umum digunakan bisnis untuk menyampaikan informasi tentang sebuah produk serta menumbuhkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Bentuk iklan dalam hal ini adalah penyebaran informasi mengenai produk yang ditawarkan melalui media sosial, seperti instagran, whatsApp atau tik tok.

b. Personal Selling

Personal selling merupakan teknik promosi dimana penjual akan mendatangi pelanggan dan berinteraksi dengan pelanggan secara langsung. Meskipun saat ini promosi dapat dilakukan melalui perangkat digital, banyak bisnis yang masih mempergunakan teknik personal selling ini. Selain digunakan untuk mendorong konsumen agar mau mencoba produk Bakso Klenger, personal selling juga dapat meningkatkan kepercayaan serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan potensial.

c. Sales Promotion

Sales promotion merupakan insentif jangka pendek yang dilakukan oleh pihak penjual agar pelanggan segera melakukan pembelian produk. Dengan teknik ini, Anda dapat menimbulkan rasa urgensi sehingga konsumen akan segera membeli produk Anda. Contoh sales promotion yang bisa Anda berikan adalah diskon atau potongan harga, loyalty reward, kupon, giveaway, bonus, dan lain-lain. Dalam kegiatan ini bakso klenger menawarkan diskon atau potongan harga, bonus dan program promosi lainnya.

d. Public Relation

Public relation perlu dilakukan karena dapat mempengaruhi cara pelanggan ketika menilai produk Bakso Klenger. Secara garis

besar, public relation merupakan proses untuk mempertahankan citra baik serta membantu membangun hubungan yang menguntungkan antara Bakso Klenger dengan pelanggan atau pihak yang bekerja sama dengan Bakso Klenger.

e. Direct Selling

Direct selling merupakan teknik promosi dimana perusahaan akan menjangkau pelanggan secara langsung. Perusahaan akan menggunakan beberapa alat seperti telepon, email, aplikasi, atau alat lain untuk menyampaikan pesan pemasaran yang berisi “call to action”. Direct selling juga dapat digunakan ketika sebuah perusahaan memiliki penawaran khusus, layanan baru, atau fitur baru dari produk yang ditawarkan

Dalam kegiatan promotion yang dilakukan oleh bakso Klenger diberbagai platform media sosial, adapun media sosial yang digunakan adalah Instagram, WhatsApp dan Tik Tok, selain itu untuk menjangkau konsumen dan memudahkan konsumen dalam memperoleh produk bakso Klenger, bakso klenger berkerja sama dengan Go-Food, Grab-Food dan Shopee-Food. Kegiatan promo yang dilakukan oleh bakso klenger juga sangat beragam diantaranya:

1. Promo Go-Food

Promo Go-food dilakukan oleh perusahaan untuk menarik dan memudahkan dalam konsumen yang menggunakan aplikasi go food dalam menjangkau produk bakso klenger. Seperti promo Agustus dan Promo merdeka

2. Promo Grab-Food

Promo Grab-food dilakukan oleh perusahaan untuk menarik dan memudahkan dalam konsumen yang menggunakan aplikasi Grab-food dalam menjangkau produk bakso klenger. Seperti promo Agustus dan Promo merdeka

3. Promo diskon

Promo diskon dilakukan untuk menarik konsumen dengan memberikan voucher, sehingga konsumen dapat

menuarkan voucher dan mendapat potongan harga saat pembelian.



#### 4. Promo PAKADES (Paket Delivery Servis)

Promo PAKADES (Paket Delivery Servis) adalah promo gratis pengantaran pesanan kepada konsumen dengan maksimal jarak 3 km, hal ini akan menarik konsumen karna dengan meggunakan promo ini akan mendapat keuntungan berupa pengiriman gratis.



## **BAB 3 METODE PELAKSANAAN**

### **3.1. Waktu dan Tempat**

Kegiatan Pelaksanaan Kerja Magang sebagai berikut:

Periode PKL	: 26 Juli- 24 Agustus 2022
Jam Kerja PKL	: 09.00- 18.00 WIB
Hari Kerja	: Senin- Ahad
Tempat	:Jl. Perumnas, Mundusaren Seturan, Caturtunggal, Depok, Nologaten, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55281
Penempatan	: Digital Marketing

### **3.2. Prosedur Pelaksanaan**

Pada kegiatan magang di Bakso klenger ratu sari Jogjakarta di bombing oleh pembimbing lapangan, Peran pembimbing lapangan dalam kegiatan magang adalah sebagai fasilitator yang memberikan arahan, serta informasi bagi peserta magang pada perusahaan tersebut sesuai dengan penempatan pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta. Prosedur pelaksanaan magang kerja sebagai berikut:

#### **3.2.1. Praktik Kerja**

Adanya praktik kerja dalam magang diharapkan Mahasiswi mampu dalam pengaplikasian ilmu yang telah mereka dapat di bangku kuliah, dan menerapkannya dalam dunia kerja, dan dalam kegiatan magang ini bertujuan untuk mempelajari manajemen digital marketing pada perusahaan Bakso Klenger Ratu Sari Jogjakarta.

#### **3.2.2. Observasi**

Kegiatan Observasi dalam magang ini berupa penggalan ilmu dan informasi dari pembimbing lapangan ataupun dunia kerja di bakso Klenger Ratu Sari Jogjakarta.

### **3.3.Tahap Pengumpulan Data**

Dalam proses pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dibagi tiga tahap, yaitu sebagai berikut :

### 3.3.1 Tahap Persiapan PKL

Pada tahap ini penulis melakukan observasi mengenai lokasi yang akan digunakan untuk magang melalui situs internet. Kemudian penulis mengirimkan email dan proposal magang di beberapa tempat yang ingin di jadikan sebagai lokasi magang.

Setelah mendapatkan balasan email dari usaha Bakso klenger, selanjutnya mengirimkan berkas-berkas yang di butuhkan untuk persyaratan magang.

### 3.3.2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan PKL dilaksanakan pada 26 juli 2022 dan mendapatkan bagian di digital marketing, penempatan ini dilakukan sesuai dengan skill di miliki. Kegiatan magang berlangsung selama 30 hari, erhitung mulai tanggal 26 juli-24 Agustus 2022.

### 3.3.3. Tahap Penulisan Laporan PKL

Setelah praktikan menyelesaikan Praktik Kerja Lapangan di Bakso Klenger Ratu Sari Jogjakarta, penulis harus menyelesaikan laporan Magang, mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dan memulai menyusun laporan Praktik Kerja.

## **BAB 4 KONDISI LOKASI MAGANG**

### **4.1. Profil Lokasi Magang**

Bakso Klenger Ratusari Yogyakarta didirikan oleh Bapak Achmad Fardiyansyah Taufik dan Ibu Septika Liandevi Artini pada tahun 2011, hubungan keduanya adalah suami istri. Dimana saat ini Bapak Achmad Fardiyansyah Taufik menjabat sebagai Dewan Komisaris dan ibu Septika Liandevi Artini menjabat sebagai Dewan Direksi.

Bakso Klenger Ratusari Yogyakarta mengawali usaha restaurant yang berfokus untuk menyajikan menu makanan bakso pada tanggal 16 September 2011 di Yogyakarta tepatnya di jalan Wahid Hasyim no296 Nologaten, Caturtunggal, Sleman, sejak awal berdirinya Bakso Klenger Ratusari berkomitment untuk menyajikan berbagai macam menu bakso dengan berbagai ukuran dan dengan kualitas bahan baku terbaik. Saat ini Bakso Klenger Ratusari Yogyakarta sudah berkembang dan memiliki cabang kedua nya yang dibuka pada tanggal 8 Juni 2018 di jalan Perumnas Mundusaren, Seturan, Depok, Sleman. Di Outlet keduanya yang lebih luas dan mampu menampung lebih banyak pelanggan. Sehingga mampu menampung banyak pelanggan mapun rombongan bis wisata Inovasi produk juga terus dilakukan oleh Bakso Klenger Ratusari Yogyakarta dimana sekarang sudah memiliki produk frozen dan snack yang bisa dijadikan oleh-oleh bagi para wisatawan

### **4.2. Visi, Misi dan Motto**

#### **VISI**

Menjadi iconic kiblat bakso terbesar dan terlengkap.

#### **MISI**

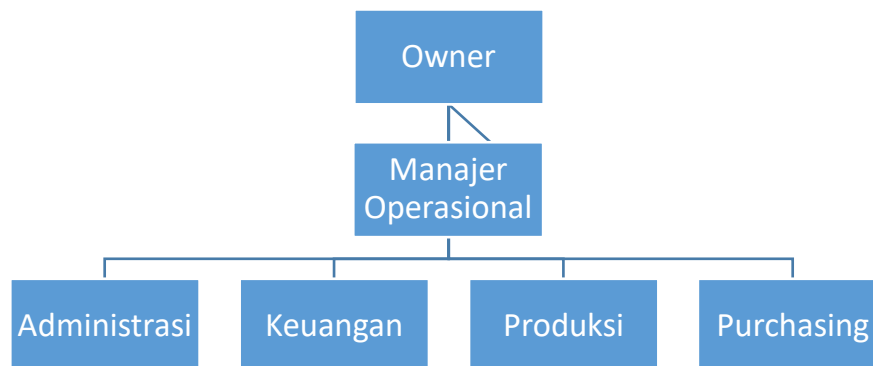
- a. menyediakan bakso yang berkualitas dan bervariasi
- b. menyediakan konsep wisatawan kuliner
- c. pusat oleh-oleh untuk keluarga
- d. menjadi bakso terbesar dengan berat 1 ton
- e. memberikan kenyamanan dengan suasana menarik serta menjadikan karyawan sebagai bagian dari keluarga yang solid.

## MOTTO

Motto dalam Usaha Ini adalah pantang pulang sebelum klenger dan datang sadar pulang Klenger



### 4.4. Struktur Organisasi Lokasi Magang



#### 1. Direktur/Pemilik

- a. memilih, menetapkan dan mengawasi tugas karyawan, kepala bidang divisi serta manajer operasional.
- b. Mengangkat dan memberhentikan karyawan
- c. Mempunyai wewenang untuk menyelesaikan atau mengambil keputusan dalam perusahaan
- d. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan kekayaan perusahaan
- e. Menyetujui anggaran perusahaan.

#### 2. Manajer Operasional

- a. Mengontrol, mengawasi dan terjun langsung di bakso klenger



- b. Membantu direktur dalam memantau hasil dan kualitas produksi agar memenuhi standar sesuai dengan pesanan.
3. Divisi Administrasi

Bertugas mengatur dan mengontrol bagian administrasi serta gudang.
4. Divisi Keuangan

Bertugas mengatur cash flow keuangan atau pendanaan.
5. Divisi Produksi

Bertugas mengolah dan memproduksi Bakso Klenger.
6. Divisi Purchasing/ Pembelian

Bertugas membeli bahan dan peralatan yang dibutuhkan serta melakukan koordinasi, dan pengendalian tugas-tugas yang menyangkut bidang pembelian.

#### **4.5. Logo Perusahaan**



## **BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam kegiatan magang yang dilakukan di bakso klenger penulis bertanggung jawab terhadap promosi produk Bakso Klenger, dalam kegiatan promosi dilakukan secara langsung dan tidak langsung

### **1. Langsung**

Kegiatan promosi langsung yang dilakukan oleh bakso klenger menggunakan cara seperti penyebaran vocer, vocer di sebar untuk menarik calon konsumen sehingga calon konsumen tertarik untuk mampir ke bakso klenger ratu sari Jogjakarta.

### **2. Tidak Langsung**

Dalam pemasaran tidak langsung penulis aktif dalam berbagai platform media sosial, adapun media sosial yang digunakan adalah Instagram, WhatsApp dan Tik Tok, selain itu kegiatan pemasaran juga dilakukan di Go-Food, Grab-Food dan Shopee-Food. Hal ini digunakan bakso klenger sebagai media atau alat untuk menyampaikan pesan kepada calon konsumen baik dalam bentuk video konten, poster dll. Kegiatan promo yang dilakukan oleh bakso klenger juga sangat beragam, disini penulis belajar mengenai strategi promo dan penentuan even yang tepat untuk promo.

### **5. Promo Go-Food**

Promo Go-food dilakukan oleh perusahaan untuk menarik dan memudahkan dalam konsumen yang menggunakan aplikasi go food dalam menjangkau produk bakso klenger. Seperti promo Agustus dan Promo merdeka

### **6. Promo Grab-Food**

Promo Grab-food dilakukan oleh perusahaan untuk menarik dan memudahkan dalam konsumen yang menggunakan aplikasi Grab-food dalam menjangkau produk bakso klenger. Seperti promo Agustus dan Promo merdeka

## 7. Promo diskon

Promo diskon dilakukan untuk menarik konsumen dengan memberikan voucer, sehingga konsumen dapat menuarkan voucer dan mendapat potongan harga saat pembelian.

## **BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

### **6.1. Kesimpulan**

Pada kegiatan Magang yang telah di laksanakan di Bakso Klenge Ratu Sari Jogjakarta, penulis telah banyak mendapatkan ilmu terlebih ilmu yang bersangkutan mengenai digital marketing, dan penulis diberikan kesempatan untuk mengenal dunia kerja dan mempraktekkan skill yang yang telah dimiliki. Selain itu penulis juga mendapat banyak ilmu mengenai dunia kerja di luar bagian digital marketing yang menambah wawasan penulis mengenai manajemen perusahaan secara lebih luas.

### **6.2. Saran**

Setelah terlaksananya kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang bersangkutan. Dan diharapkan perusahaan dan universitas tetap menyambung tali silaturahmi dimasa sekarang atau dimasa yang akan datang, serta dengan penyusunan lapora magang ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pelaksanaan kegiatan magang di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Garaika dan Winda Feriyan. 2018. PROMOSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP TERHADAP ANIMO CALON MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA. Jurnal Aktual STIE Trisna Negara. Volume 16 (1)
- Liedfray, Tongkotow.et.al. 2022. Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. Jurnal Ilmiah Society. Vol. 2. No1.
- Rapitasari, Diana . 2016. DIGITAL MARKETING BERBASIS APLIKASI SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN. Vol. 10 No. 2.
- Wati, Andy Prasetyo DKK. 2020. Digital Marketing. Edulitera. Malang: Cetakan Pertama.

## LAMPIRAN



Lampiran 1. Foto Bersama di depan Replika Bakso Klenger Ratu Sari



Lampiran 2. Penyerahan Vendel dari Kampus Unida Gontor

## **FORMULIR PRAKTIK KERJA LAPANGAN (MAGANG)**

Formulir Magang-1 : Daftar Isian Magang

Formulir Magang-2 : Daftar Hadir Magang

Formulir Magang-3 : Catatan Kegiatan Harian

Formulir Magang-4 : Lembar Penilaian Pembimbing Perusahaan/ Industri

Formulir Magang-5 : Kesan dan Saran Pembimbing Perusahaan/ Industri

Formulir Magang-6 : Lembar Penilaian Dosen Pembimbing Jurusan

Formulir Magang-7 : Lembar Asistensi

Formulir Magang-8 : Tanda Terima Laporan Magang



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

*Formulir*  
*Magang-1*

---

## DAFTAR ISIAN

### MAGANG

---

Nama Mahasiswa :

1. Rara Astri Sholil Luna ..... NIM : 402019421055 .....
2. Siti Sayrah fadhilah..... NIM : 402019421063 .....
3. Innayah Mubarakah ..... NIM : 3920184281293 .....

Program Studi : Manajemen.....

Lokasi Magang : Yogyakarta

Nama Perusahaan/ Industri : Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta

Alamat Perusahaan/ Industri : Jl. Perumnas Mundu Saren Seturan,  
Caturtunggal, Depok, Nologaten, Caturtunggal,  
Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah  
Istimewa Yogyakarta 55281

Nama Proyek : Bakso Klenger Ratu Sari Yogyakarta.....

Alamat Proyek : Jl. Perumnas Mundu Saren Seturan,  
Caturtunggal, Depok, Nologaten, Caturtunggal,  
Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah  
Istimewa Yogyakarta 55281

Yogyakarta ,24 Agustus 2022  
Mahasiswa,

(Rara Astri Sholil Luna)  
NIM : 402019421055



Catatan :  
Dilampirkan fotokopi surat dari perusahaan / industri



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

*Formulir  
Magang-2*

### DAFTAR HADIR MAGANG

NO	NAMA MAHASISWA	TANGGAL DAN TANDA TANGAN						
		SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUM'AT	SABTU	MINGGU

24, Agustus 2022.  
Pembimbing Industri,

( Gandit Mahesa Pratama)

Catatan :

1. Bila tidak hadir mohon kolom dicoret.
2. Mohon dikirim bersama lembar penilaian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

**Formulir  
Magang-3**

## CATATAN KEGIATAN HARIAN MAGANG

No	Tanggal	Uraian Kegiatan	Bukti Kegiatan
1	26-07-2022	<ul style="list-style-type: none"><li>• Makan Bersama dan Briefing</li><li>• Diskusi bersama HRD Bakso Klenger</li></ul>	-
2	27-07-2022	<ul style="list-style-type: none"><li>• Makan Bersama dan Briefing</li><li>• Diskusi mengenai rencana bulan Agustus</li></ul>	-
3	28-07-2022	<ul style="list-style-type: none"><li>• Makan Bersama dan Briefing</li><li>• Merapikan Sorotan IG</li></ul>	-
4	29-07-2022	<ul style="list-style-type: none"><li>• Makan Bersama dan Briefing</li><li>• Desain tahun baru Muharrom</li><li>• Diskusi mengenai even Agustus</li><li>• Merapikan Sorotan IG</li></ul>	
5	30-07-2022	<ul style="list-style-type: none"><li>• Makan Bersama dan Briefing</li><li>• Membuat desain selamat datang Agustus</li><li>• Diskusi mengenai promo-promo yang akan dilaksanakan di bulan Agustus dan kegiatan-kegiatan bulan Agustus</li></ul>	

6	31-07-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat desain story IG dan WA siang</li> <li>• Membuat Desain Story IG dan WA Dinner</li> </ul>	
7	01-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain Story IG dan WA Pagi</li> <li>• Membuat Desain Story IG dan WA</li> </ul>	
8	02-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain Story IG dan WA Siang</li> <li>• Dubbing untuk Vidio Iklan Produk</li> </ul>	
9	03-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain Story IG dan WA Siang</li> <li>• Membuat Desain Story IG dan WA Malam</li> </ul>	
10	04-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain Story IG dan WA Siang</li> </ul>	

11	05-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain Story IG dan WA Siang</li> </ul>	
12	06-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat desain review artis</li> </ul>	
13	07-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat desain SG dan SW untuk weekend</li> <li>• Diskusi Promo Pakades</li> </ul>	
14	08-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat desain SG dan SW penyambutan hari senin</li> <li>• Membuat SW dan SG untuk Siang</li> <li>• Membuat SW dan SG untuk Malam</li> <li>• Membuat video untuk presentasi mengenai inovasi produk</li> </ul>	
15	09-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain SW dan SG untuk siang</li> <li>• Membuat Desain SW dan SG untuk Malam</li> </ul>	

16	10-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>Makan Bersama dan Briefing</li> <li>Membuat Desain SW dan SG untuk Malam</li> </ul>	
17	11-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>Makan Bersama dan Briefing</li> <li>Membuat Desain SW dan SG untuk Malam</li> </ul>	
18	12-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>Makan Bersama dan Briefing</li> <li>Membuat Desain SW dan SG untuk Siang</li> </ul>	
19	13-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>Makan Bersama dan Briefing</li> <li>Membuat Desain SW dan SG untuk Pagi</li> <li>Membuat Desain SW dan SG untuk Besok Pagi</li> <li>Rancangan untuk promo mahasiswi</li> </ul>	
20	14-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>WFH</li> </ul>	
21	15-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>WFH</li> </ul>	-

22	16-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain SW dan SG untuk Malam</li> </ul>	
23	17-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain SW dan SG untuk Malam</li> </ul>	
24	18-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain SW dan SG untuk Siang</li> </ul>	
25	19-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain SW dan SG untuk Siang</li> </ul>	
26	20-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain SW dan SG untuk Siang</li> </ul>	
27	21-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat kupon untuk diskon</li> <li>• Membuat Desain SW dan SG untuk Malam</li> <li>• Rancangan promo hafiz dan Hafizah</li> </ul>	



28	22-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain SW dan SG untuk Pagi</li> <li>• Membuat Desain SW dan SG untuk Siang</li> </ul>	
29	23-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain SW dan SG untuk malam</li> </ul>	
30	24-08-2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan Bersama dan Briefing</li> <li>• Membuat Desain SW dan SG untuk siang</li> </ul>	

	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN</b> <b>UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR</b> <b>PROGRAM STUDI MANAJEMEN</b>	<b>Formulir</b> <b>Magang-4</b>
--	--	------------------------------------

---

**LEMBAR PENILAIAN MAGANG**

**PEMBIMBING INDUSTRI/ PERUSAHAAN**

---

Nama Industri/ Perusahaan : Bakso Klenger Ratu Sari Group

Alamat Industri/ Perusahaan : Jl. Perumnas Mundu Saren Seturan, Caturtunggal,  
Depok, Nologaten, Caturtunggal, Kec. Depok,  
Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta  
55281

Nama Pembimbing Industri : Gandit Mahesa Pratama

Nama Proyek : Bakso Klenger Ratu Sari Jogjakarta.....

Alamat Proyek : Jl. Perumnas Mundu Saren Seturan, Caturtunggal,  
Depok, Nologaten, Caturtunggal, Kec. Depok,  
Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta  
55281

Nama Mahasiswa : Rara Astri Sholil Luna

NIM : 402019421055

Program Studi : Manajemen

No	Aspek Yang Dinilai	Nilai	Keterangan
1	Sikap	100	
2	Kerja sama	85	
3	Pengetahuan	90	
4	Inisiatif	80	
5	Keterampilan	95	

6	Kehadiran	100	
	Jumlah	550	
	Nilai Rata- rata	91,67	

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN <b>UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR</b> PROGRAM STUDI MANAJEMEN	<i>Formulir</i> <i>Magang-5</i>
--	--	------------------------------------

---

## KESAN INDUSTRI TERHADAP MAGANG

---

Nama Industri/ Perusahaan : Bakso Klenger Ratu Sari Group

Alamat Industri/ Perusahaan : Jl. Perumnas Mundu Saren Seturan, Caturtunggal,  
 Depok, Nologaten, Caturtunggal, Kec. Depok,  
 Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta  
 55281

Nama Pembimbing Industri : Gandhit Mahesa .....

Jabatan : SPV Outlet .....

Nama Mahasiswa : Rara Astri Sholil Luna .....

menurut pengamatan saya mahasiswa tersebut diatas dalam melaksanakan Magang dapat dinyatakan :

- a. **Sangat Berhasil**
- b. Cukup Berhasil
- c. Kurang Berhasil

Oleh karena itu saya memberikan saran-saran sebagai berikut :

Progres project harus lebih bisa di detailkan agar mudah untuk pemantauan jalan nya progress, lebih punya inisiatif lebih baik dalam berkoordinasi maupun penyampaian progress, harus lebih bisa beradaptasi dengan lingkungan kerja.....

.....

.....

.....

Disamping itu saya memberikan saran – saran kepada Universitas Darussalam Gontor yang berhubungan dengan proyek yang ditangani sebagai berikut :

.....

.....

.....

.....

	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN</b> <b>UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR</b> <b>PROGRAM STUDI MANAJEMEN</b>	<b>Formulir</b> <b>Magang-6</b>
--	--	------------------------------------

---

**LEMBAR PENILAIAN MAGANG**

**DOSEN PEMBIMBING JURUSAN**

---

Nama Industri/ Perusahaan : Bakso Klenger Ratu Sari Group

Alamat Industri/ Perusahaan : Jl. Perumnas Mundu Saren Seturan, Caturtunggal,  
Depok, Nologaten, Caturtunggal, Kec. Depok,  
Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta  
55281

Nama Proyek : Bakso Klenger Ratu Sari Group

Alamat Proyek : Jl. Perumnas Mundu Saren Seturan, Caturtunggal,  
Depok, Nologaten, Caturtunggal, Kec. Depok,  
Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta  
55281

Nama Mahasiswa : Rara Astri Sholil Luna

NIM : 402019421055

Program Studi : Manajemen

Nama Pembimbing Jurusan : Mohammad Zaenal Abidin S.E. M.Pd.

No	Aspek Yang Dinilai	Nilai	Keterangan
1	Hasil pengamatan dari lapangan		
2	Kesimpulan dan Saran		
3	Sistimatika Penulisan		
4	Struktur Bahasa		
	Jumlah		

	Nilai Rata- rata		
--	------------------	--	--

	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR  PROGRAM STUDI MANAJEMEN</b>	<b>Formulir  Magang-7</b>
--	--	-------------------------------

---

**LEMBAR ASISTENSI**

---

Nama : Rara Astri Sholil Luna

NIM :402019421055

Program Studi : Manajemen

Subjek Magang : .....

Judul Magang : Implementasi Strategi Digital Marketing Pada Akun Media Sosial Dan  
Perumusan Promo Di Usaha Bakso Klenger Ratu Sari Jogjakarta

Pembimbing : Mohammad Zaenal Abidin S.E. M.Pd.

No.	Tanggal	Uraian	Paraf



--	--	--	--

	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN</b> <b>UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR</b> <b>PROGRAM STUDI MANAJEMEN</b>	<i>Formulir</i> <i>Magang-8</i>
--	--	------------------------------------

---

**BUKTI PENYERAHAN**

**LAPORAN MAGANG**

---

Telah diserahkan 1 (satu) berkas laporan Magang dari mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Rara Astri Sholil Luna .....

NIM : 402019421055 .....

Program Studi : Manajemen.....

Judul : Implementasi Strategi Digital Marketing Pada Akun Media Sosial  
Dan Perumusan Promo Di Usaha Bakso Klenger Ratu Sari  
Jogjakarta

No	Diberikan kepada	Tanggal	Tanda Tangan	Keterangan
1	Administrasi Prodi Manajemen			