



## **IMPLEMENTASI PEMASARAN KREATIF DAN PEMETAAN KOMPETENSI KARYAWAN PEMASAR PRODUK TEH KAYU ARO DI JAMBI**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

**DINA FARIHA INSANI**



**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**



## @Hak cipta milik IPB University

## IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## **PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Implementasi Pemasaran Kreatif dan Pemetaan Kompetensi Karyawan Pemasar Produk Teh Kayu Aro di Jambi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Dina Fariha Insani  
H2401211084

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## ABSTRAK

DINA FARIHA INSANI. Implementasi Pemasaran Kreatif dan Pemetaan Kompetensi Karyawan Pemasar Produk Teh Kayu Aro di Jambi. Dibimbing oleh ANGGRAINI SUKMAWATI dan INDRA REFIPAL SEMBIRING.

Teh Kayu Aro merupakan lini produk retail milik PT Perkebunan Nusantara IV Regional 4 yang menghadapi tantangan dalam hal pemasaran dan pengelolaan kompetensi SDM. Penelitian berbentuk magang ini bertujuan untuk merancang implementasi pemasaran kreatif yang sesuai dengan karakteristik produk dan menyusun peta kompetensi untuk karyawan bidang pemasaran Teh Kayu Aro. Magang dilakukan selama empat bulan di PT Perkebunan Nusantara IV Regional 4 dengan pendekatan *hybrid* dari fenomenologi dan *participatory action research*. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, studi literatur, dan pemanfaatan alat analisis *Business Model Canvas*, kerangka KSA, dan model *Training Need Analysis* 3-Level. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran Teh Kayu Aro masih cenderung bersifat konvensional, belum optimal dalam pemanfaatan media digital, memiliki standar kompetensi karyawan pemasaran. Penelitian ini menghasilkan strategi pemasaran kreatif, peta kompetensi sesuai kebutuhan organisasi, dan rekomendasi pelatihan berdasarkan kesenjangan kompetensi yang ditemukan.

Kata kunci: pemasaran kreatif, peta kompetensi, teh kayu aro

## ABSTRACT

DINA FARIHA INSANI. Implementation of Creative Marketing and Competency Mapping of Teh Kayu Aro Marketing Employees in Jambi. Supervised by ANGGRAINI SUKMAWATI and INDRA REFIPAL SEMBIRING.

Teh Kayu Aro is a retail product line owned by PT Perkebunan Nusantara IV Regional 4, which faces challenges in marketing and human resource competency management. This internship-based research aims to design a creative marketing implementation planning aligned with the product's characteristics and to develop a competency map for the marketing employees. The internship was conducted over a period of four months in PT Perkebunan Nusantara IV Region 4, using a hybrid approach that combines phenomenology and participatory action research. The methods employed include observation, interviews, literature review, and the use of analytical tools such as the Business Model Canvas, the KSAs (Knowledge, Skills, and Attitudes) framework, and the 3-Level Training Need Analysis model. The findings indicate that Teh Kayu Aro's current marketing activities remain largely conventional, have not fully leveraged digital media, and lacks a standardized set of competencies for marketing personnel. This research produces a collaborative creative marketing strategy, a competency map, and training recommendations based on the identified competency gaps.

Keywords: creative marketing, competency map, teh kayu aro



**@Hak cipta milik IPB University**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*



## **IMPLEMENTASI PEMASARAN KREATIF DAN KOMPETENSI KARYAWAN PEMASAR TEH KAYU ARO DI JAMBI**

**DINA FARIHA INSANI**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana pada  
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**



## @Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

**IPB University**  
Tim Penguji pada Ujian Skripsi:  
1 Prof. Dr. Ir. Ma'mun, M.S., M.Ec.  
2 Dr. Indra Refipal Sembiring, S.E., M.M



## @Hak cipta milik IPB University

## IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Implementasi Pemasaran Kreatif dan Pemetaan Kompetensi  
Karyawan Pemasar Produk Teh Kayu Aro di Jambi  
Nama : Dina Fariha Insani  
NIM : H2401211084

Disetujui oleh

Pembimbing 1:  
Dr. Ir. Anggraini Sukmawati, M.M.

---

Pembimbing 2:  
Dr. Indra Refipal Sembiring, S.E., M.M.

---

Diketahui oleh

Ketua Departemen:  
Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.  
NIP 197812132006041001

---

Tanggal Ujian:  
15 Agustus 2025

Tanggal Lulus:



Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2025 sampai bulan Mei 2025 ini ialah manajemen pemasaran, dengan judul "Implementasi Pemasaran Kreatif dan Pemetaan Kompetensi Karyawan Pemasar Produk Teh Kayu Aro di Ambawambi".

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang telah berperan dan mendukung penyelesaian karya ilmiah ini, yaitu:

1. Ibu Dr. Ir. Anggraini Sukmawati, M.M. dan Bapak Dr. Indra Refipal Sembiring, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ir. Ma'mun, M.S., M.Ed. selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam penyempurnaan karya tugas akhir ini.
3. Pihak PT Perkebunan Nusantara IV Regional 4, terutama Bagian Pengadaan, Pemasaran, dan TI yang telah menjadi tempat bagi penulis dalam pelaksanaan magang.
4. Bapak Afdian Gunardi dan Bapak Rismon Siregar selaku mentor yang telah banyak memberikan kesempatan bagi penulis untuk belajar dan memberikan bimbingan selama pelaksanaan magang.
5. Kedua orang tua penulis, yakni Ibu Hotmarina Marpaung dan Bapak Budi Mujaya yang senantiasa mendukung dan memberikan doa bagi kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kedua adik penulis, yakni Ananda Rizky Ramadhan dan Afifah Hana Sahira yang selalu memberikan doa terbaik dan kekuatan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Thiara Aurellya, Ayumi Dwi, Dioba Pinkan, dan Nayla Pradita selaku sahabat terdekat penulis sekaligus rekan seperjuangan yang telah memberikan warna dan dukungan selama masa perkuliahan.
8. Luthfi, Hafizh, Daffa, dan Fasya selaku sahabat dan rekan seperjuangan yang telah memberikan warna dan dukungan selama masa perkuliahan.
9. Khairunisa Cahya Anggraini, selaku sahabat terdekat penulis sejak bangku SD yang telah memberikan tawa, dukungan, dan semangat kepada penulis, serta menjadi tempat berbagi dan berdiskusi selama masa perkuliahan.
10. Renza, Dhea, Winda, Amel, dan Yolanda selaku sahabat terdekat penulis sejak bangku SMP yang senantiasa memberikan hiburan, dukungan, dan semangat dari jauh.
11. Genk Hijau selaku teman-teman terdekat penulis di masa perkuliahan yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis selama penggerjaan skripsi ini.
12. Rekan-rekan di Bagian Pengadaan, Pemasaran, dan TI PTPN IV Regional 4, terutama Kak Tilla, Kak Nabila, Kak Bella, Kak Asina, Kak Rifqa, dan Ibu Icha yang telah mewarnai hari-hari penulis selama pelaksanaan magang, serta memberikan bantuan dan dukungan terbaik dalam penggerjaan skripsi ini.



Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu. Penulis mengucapkan terima kasih atas seluruh dukungan, bantuan, dan doa yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

*Dina Fariha Insani*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## DAFTAR TABEL

xi

## DAFTAR GAMBAR

xi

## DAFTAR LAMPIRAN

xi

	PENDAHULUAN	1
1.1	Latar Belakang	1
1.2	Identifikasi Masalah	3
1.3	Tujuan	4
1.4	Manfaat	4
1.5	Ruang Lingkup	4
	TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1	Pemasaran Kreatif	6
2.2	Pemasaran Digital	7
2.3	Pemetaan Kompetensi dalam Manajemen SDM	8
2.4	<i>Training Need Analysis</i>	9
III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	11
3.1	Profil dan Sejarah Singkat	11
3.2	Visi dan Misi	12
3.3	Model Bisnis	13
3.4	Struktur Organisasi	14
IV	PELAKSANAAN MAGANG	16
4.1	Tugas dan Tanggung Jawab	16
4.2	Kegiatan Rutin dan <i>Project</i>	17
4.3	Metodologi dalam Pemecahan Masalah	20
4.4	Penetapan Prioritas Pemecahan Masalah	23
4.5	Kerangka Pemikiran	24
V	HASIL DAN PEMBAHASAN	26
5.1	Rencana Pemecahan Masalah	26
5.2	Pelaksanaan Pemecahan Masalah	26
5.3	Dampak Pembelajaran Bagi Perusahaan	39
VI	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	41
6.1	Kesimpulan	41
6.2	Rekomendasi	41
	DAFTAR PUSTAKA	43
	LAMPIRAN	46
	RIWAYAT HIDUP	85



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## DAFTAR TABEL

1	Kegiatan rutin selama magang	17
2	<i>Project</i> selama magang	19
3	Jenis dan sumber data	20
4	<i>Eisenhower matrix</i>	23
5	Penetapan prioritas menggunakan <i>eisenhower matrix</i>	26
6	Hasil pengamatan aktivitas pemasaran Teh Kayu Aro	32
7	Peta kompetensi	34
8	Hasil <i>training need analysis</i>	37

## DAFTAR GAMBAR

1	Provinsi penghasil teh terbesar di Indonesia	1
2	Logo PT Perkebunan Nusantara IV	11
3	Variasi produk Teh Kayu Aro	13
4	Struktur organisasi PalmCo	14
5	Struktur organisasi PT Perkebunan Nusantara IV Regional 4	15
6	<i>Business model canvas</i>	21
7	Kerangka pendekatan studi	24
8	Bauran Pemasaran (4P) Teh Kayu Aro	30
9	<i>Business model canvas</i> Teh Kayu Aro	29

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Dokumentasi magang	47
2	Hasil pekerjaan	49
3	Tabel implementasi pemasaran kreatif Teh Kayu Aro	50
4	Logbook magang	68