



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

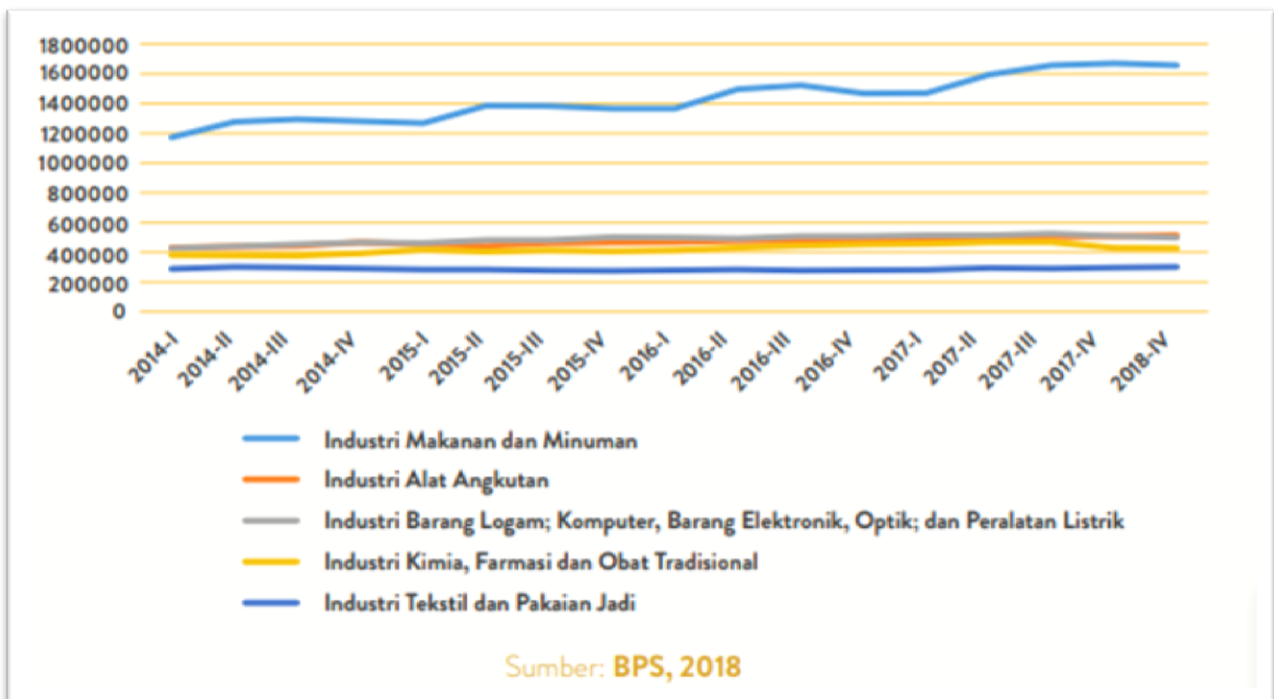
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2014, Indonesia tercatat memiliki total populasi penduduk sebesar 253.609.643 jiwa (Embassyofindonesia.org, 2017). Bersamaan dengan semakin berkembangnya teknologi dan perkembangan ekonomi yang konsisten dalam beberapa tahun terakhir menyebabkan tingkat daya beli masyarakat turut meningkat bersamaan dengan meningkatnya pendapatan masyarakat (Sirclo.com, 2019). Salah satu sector industry ekonomi yang menerima dampak dari terjadinya fenomena ini adalah *Fast Moving Consumer Goods* atau FMCG (Kompasiana, 2014).



Gambar 1.1 Nilai Produk Domestik Bruto Berdasarkan Industri 2014-2018

Fast Moving Consumer Goods atau FMCG adalah produk yang memiliki perputaran omset dengan waktu relatif singkat, dan biaya yang relatif murah (Kompasiana, 2014). Pada umumnya produk terkategori FMCG adalah produk yang merupakan kebutuhan sehari-hari, seperti makanan ringan, minuman, peralatan mandi,

kosmetik, dan sebagainya (Mgt-logistik.com, 2018). Beberapa perusahaan FMCG yang ada di Indonesia, seperti: Mayora, Unilever, Nestle, Orang Tua, Indofood, Gumindo Bogamanis, dan sebagainya. Berdasarkan hasil riset yang telah diprediksi oleh Euromonitor (sebuah perusahaan riset pasar global) bahwa pasar FMCG di Indonesia akan memiliki jumlah konsumen sebesar 80 juta atau 40% dari total konsumen di negara ASEAN pada 15 tahun kedepan (Kompasiana, 2014). Sedangkan berdasarkan data riset yang dilakukan oleh Worldpanel yang melalui SWA.co.id menyatakan bahwa, perusahaan FMCG local dapat berkontribusi lebih dari 60% di tengah penetrasi produk perusahaan FMCG internasional (Standarku.com, 2020). Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.1, menunjukkan bahwa terjadi kenaikan nilai produk domestic bruto yang cukup tinggi pada industry makanan dan minuman (FMCG) di Indonesia (BPS, 2018).



Sumber: BPS, 2019

Gambar 1.2

Berdasarkan data yang dikeluarkan BPS (2019) menunjukkan bahwa industry makanan di Indonesia merupakan salah satu industry yang memiliki nilai output terbesar selain industry barang logam bukan mesin dan industry barang olahan kayu, dengan total nilai sebesar 124.941.230 miliar rupiah.

PT. Gumindo Bogamanis adalah satu dari banyaknya perusahaan FMCG di Indonesia yang berfokus pada produksi makanan ringan, yaitu Kuaci Rebo. Dengan

seiring perkembangan zaman penggunaan teknologi yang kian hari kian mutakhir mengakibatkan proses digitalisasi tidak lagi dapat dihindarkan, sehingga perusahaan harus turut serta dalam beradaptasi dengan lingkungan digital ini. Namun, dengan beradaptasi dengan dunia digital tidak berarti perusahaan tidak memperhatikan pemasaran secara konvensional.

Salah satu cara yang dilakukan oleh PT. Gumindo Bogamanis dalam tetap memperhatikan aspek ini adalah dengan menjalankan beberapa event, event ini berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan tingkat penjualan dan distribusi Kuaci Rebo. Selain dari pada itu event-event ini juga berfungsi sebagai sarana mengedukasi calon konsumen mengenai kelebihan-kelebihan yang dimiliki Kuaci Rebo dibanding produk lain, baik itu untuk *main target* atau *secondary target* consumer. Tentunya kegiatan event-event ini juga ditujukan untuk membangun *awareness* kepada konsumen dan menjadi lebih unggul dibanding *competitor* dengan meningkatkan *sales*.

1.2 Pokok Permasalahan

Dalam laporan praktek kerja magang ini, penulis akan mengangkat beberapa pokok permasalahan Berkaitan dengan pelaksanaan Event yang di lakukan oleh Kuaci Rebo:

1. Bagaimana proses pelaksanaan event pada Kuaci Rebo dalam membangun awareness dan mengedukasi konsumen potensial?
2. Bagaimana efektifitas dari program event yang dijalankan Kuaci Rebo?

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

a. Maksud Kerja Magang

Dilakukannya praktek kerja magang ini bermaksud untuk memenuhi kewajiban dan syarat akademis yang harus ditempuh oleh setiap mahasiswa/i tingkat akhir di Universitas Multimedia Nusantara pada program studi strata satu. Mahasiswa/i diharapkan dapat mempraktekkan serta menerapkan ilmu dan pengetahuan-pengetahuan yang telah didapat dalam kelas perkuliahan kedalam praktek kerja secara langsung juga mendapatkan pengalaman di dunia kerja professional.

Sehingga mahasiswa dapat memiliki gambaran atas dunia kerja professional secara langsung, seperti apa dan bagaimana menimplementasikan ilmu yang telah diperoleh.

b. Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari praktek kerja magang ini adalah agar mahasiswa/i mengaplikasikan serta memperaktekkan secara langsung ilmu dan pelajaran yang telah diterima selama masa perkuliahan, sesuai dengan peminatan jurusan yang telah dipilih. Selain itu ada juga tujuan yang diharapkan penulis secara langsung, antara lain:

Menerapkan ilmu dibidang manajemen/bisnis, terlebih lagi mengenai manajemen pemasaran yang telah penulis dapatkan selama masa perkuliahan pada dunia kerja.

1. Dengan melakukan praktek kerja magang ini, penulis berharap mendapatkan pengalaman langsung dalam berkerja di suatu organisasi perusahaan.
2. Dengan pengalaman yang telah didapat penulis berharap dapat lebih mengasah kemampuan dalam menghadapi serta menyelesaikan masalah yang dihadapi.
3. Penulis dapat lebih mengerti peranan setiap divisi pada dalam sebuah perusahaan dan alur struktur berjalannya sebuah organisasi.

1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

a. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu yang ditempuh penulis tempuh dalam praktek kerja magang dimulai sesuai dengan kontrak kerja magang yang telah disetujui oleh penulis juga pihak perusahaan. Praktek kerja magang dimulai dari 06 Januari 2020 hingga 06 Juli 2020 atau 6 bulan sejak tanda tangan kontrak, yang dimana pihak kampus hanya mewajibkan praktek kerja magang selama 60 hari. Dalam praktek kerja magang penulis berkerja selama 4 hingga 5 hari dalam seminggu dengan menyesuaikan jadwal perkuliahan yang masih ditempuh. Jam kerja selama praktek kerja magang dimulai pada pukul 08:00 hingga 17:00 dengan 1 Jam untuk istirahat makan siang.

b. **Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur yang dilakukan penulis dalam pelaksanaan praktek kerja magang adalah sebagaimana berikut:

1. Penulis mengikuti kelas pembekalan magang yang diadakan oleh pihak Program Studi, yang bertujuan memberikan arahan serta saran sebelum dan saat melakukan praktek kerja magang ini.
2. Penulis mengajukan *curriculum vitae* (CV) dan pas foto kepada beberapa perusahaan yang dituju, dengan bantuan *career center* yang merupakan salah satu pihak yang mengadakan pembekalan magang. PT. Gumindo Bogamanis merupakan salah satu perusahaan yang ditawarkan oleh *career center*.
3. Penulis dihubungi oleh pihak HRD PT. Gumindo Bogamanis dan diminta ketersediaanya untuk mengikuti tes psikologi serta wawancara dengan HRD serta *User* yang akan menjadi supervisor penulis selama pelaksanaan praktek kerja magang 6 bulan kedepan.
4. Setelah mengikuti rangkaian kegiatan tes psikologi dan wawancara bersama HRD dan user. Penulis diminta untuk menunggu kabar putusan hasil yang akan dikabari langsung oleh pihak HRD jika diterima dalam program kerja magang.
5. Penulis mendapat kabar mengenai putusan hasil oleh pihak HRD bahwa, penulis diterima dalam program kerja magang dan diminta untuk mengirim beberapa dokumen yang diperlukan.
6. Penulis secara resmi menjalankan praktek kerja magang pada PT. Gumindo Bogamanis setelah melewati rangkaian proses serta tanda tangan kontrak kerja.

1.5 Sistematika Penulisan

Demi mempermudah memahami laporan magang ini, penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Mencakup latar belakang praktek kerja magang, maksud dan tujuan praktek kerja magang, serta membahas mengenai waktu pelaksanaan magang dan sistematika penulisan laporan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis akan membahas singkat tentang sejarah dari PT. Gumindo Bogamanis, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, serta membahas mengenai teori-teori yang akan digunakan dalam penyusunan laporan magang ini.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Mencakup tentang kedudukan, koordinasi, dan tugas juga kebijakan yang dilakukan oleh penulis selama proses praktek kerja magang. Pembahasan juga mengenai masalah dan kendala yang ditemukan selama melakukan magang dan solusi untuk menangani kendala tersebut.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dan saran yang memiliki kaitan dengan tujuan pembuatan laporan magang serta saran-saran yang dapat dijadikan masukan oleh PT. Gumindo Bogamanis dan pihak-pihak yang merupakan pemangku kepentingan dimasa akan datang, serta saran kepada Universitas Multimedia Nusantara.