



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:

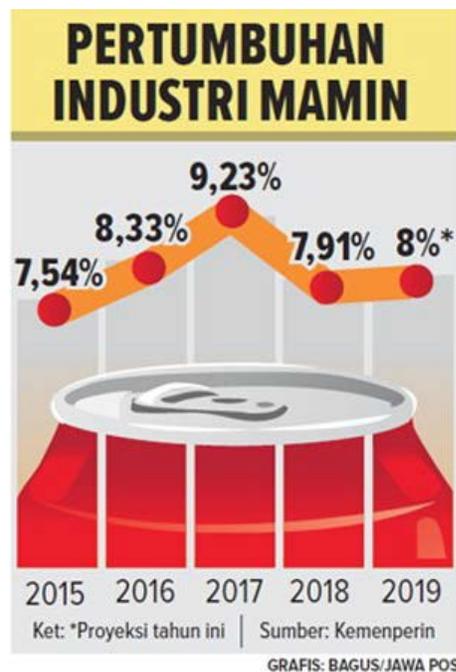
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman (Mamin) merupakan salah satu sektor manufaktur andalan karena dapat memberikan kontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi nasional. Pencapaian kinerjanya selama ini tercatat positif secara konsisten, mulai dari perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja (Anggraeni, 2019).



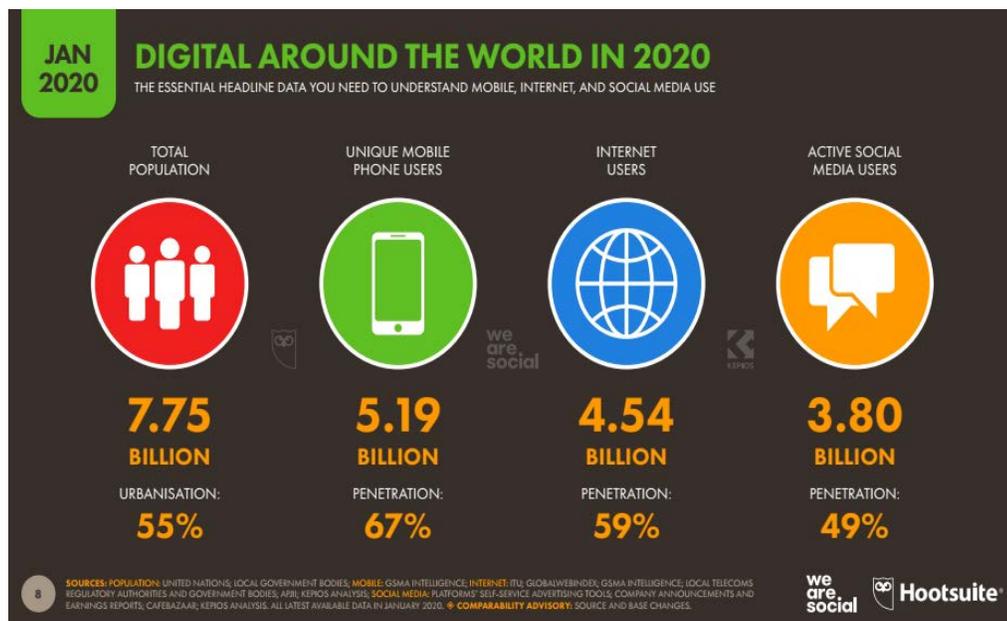
Sumber: jawapos.com

Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Mamin

Pada Gambar 1.1 menunjukkan grafik pertumbuhan industri Mamin yang mengalami pertumbuhan tertinggi pada tahun 2017 yaitu sebesar 9,23%, namun mengalami perlambatan pada tahun 2018 sebesar 7,91% dan mampu tumbuh kembali di tahun 2019 sebesar 8%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa industri

Mamin terus mengalami pertumbuhan yang positif dan tidak pernah mengalami penurunan. Hal ini mengindikasikan bahwa potensi pasar industri Mamin baik.

Salah satu faktor yang berkontribusi pada industri Mamin yaitu memanfaatkan teknologi yang disebut *internet*, membuat banyak dari masyarakat menggunakannya dan menjadi kebutuhan saat ini. Dengan adanya *Internet*, masyarakat dapat melakukan banyak hal, salah satunya adalah untuk melakukan pekerjaan dari perusahaan-perusahaan, contohnya adalah menjual produk dengan sistem *online* melalui internet dan juga media sosial. Potensi yang positif pada media *internet* tidak lepas dari banyaknya jumlah *user* yang tersebar di seluruh dunia.



Sumber: wearesocial.com

Gambar 1.2 Pengguna Internet di Dunia

Berdasarkan Gambar 1.1 oleh lembaga *We Are Social* menunjukkan jumlah pengguna *internet* di dunia pada tahun 2020. Pada bulan Januari 2020, rata-rata pengguna Internet didunia mencapai 4,54 Miliar orang dari 7,75 Miliar penduduk. Hal ini membuktikan potensi yang positif bagi pelaku bisnis dengan memanfaatkan media *internet* untuk dapat memaksimalkan profit.



Sumber: wearesocial.com

Gambar 1.3 Pengguna *Internet* Indonesia

Selain itu pengguna *internet* khususnya di Indonesia sebesar 175,4 Juta orang dari 272,1 Juta penduduk dan rata-rata aktif di Sosial Media sebanyak 160 Juta orang. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa lebih dari setengah penduduk menggunakan *Internet* dan Sosial Media sehingga menciptakan pasar yang positif. Oleh karena itu, para pelaku bisnis perlu merambah penjualan melalui *online* seperti platform *e-commerce* Shopee, Bukalapak, dan Lazada agar dapat mendapatkan profit yang maksimal.

1.2 Pokok Permasalahan

Selama menjalankan praktek kerja magang, Penulis harus cepat mengenal lingkungan kerja serta beradaptasi dengan lingkungan kerja baru yang membuat penulis agar dapat bekerja secara optimal di PT. Quantum Boga Indonesia. Hal ini dapat memberi kesempatan terhadap penulis agar dapat menyalurkan ilmu-ilmu yang sudah pernah diterima semasa perkuliahan dan dapat disalurkan ke perusahaan. Penulis telah mempelajari tentang pentingnya *Digital Marketing* di perusahaan untuk

mendapatkan konsumen serta masyarakat yang belum mengenal produk dari perusahaan tersebut dapat tertarik karena adanya *Digital Marketing* yang berbasis Internet.

Sebagai perusahaan yang berbidang bisnis di industri makanan, PT. Quantum Boga Indonesia yang berdiri sejak tahun 2012, hingga saat ini masih menggunakan cara perdagangan secara tradisional atau dapat dibilang *Offline*, sehingga penulis ditugaskan oleh perusahaan untuk mempertajam perusahaan ini agar lebih aktif di bidang *Online* agar dapat dikenal lebih banyak oleh masyarakat di Indonesia dan diharapkan dapat membantu perusahaan agar dapat lebih maju.

PT. Quantum Boga Indonesia merupakan perusahaan yang berada di bidang *Food Manufacture* dengan nama produk Eternal Food yang berupa bakso siap saji yang sudah dijual di beberapa waralaba seperti GrandLucky Superstore, Hari Hari Pasar Swalayan, dan beberapa toko waralaba lainnya. Oleh karena itu, Penulis ditugaskan untuk menaikkan penjualan perusahaan di bidang *Online Shopping* serta mempromosikan produk dari perusahaan melalui Media Sosial.

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Praktek kerja magang yang telah dilakukan oleh Penulis bukan hanya sekedar syarat dari kelulusan, tetapi juga untuk mencari pengalaman dalam bekerja di suatu perusahaan serta menerapkan ilmu-ilmu yang sudah didapat selama perkuliahan dan dapat disalurkan ke perusahaan ditempat kerja. Melalui kerja magang ini, diharapkan penulis dapat lebih memahami dunia kerja serta memiliki kemampuan kerja di perusahaan agar dapat semakin berkembang.

1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.4.1 Waktu Kerja Magang

Data Pelaksanaan Kerja Magang sebagai berikut:

1. Periode Kerja Magang: 3 Februari 2010 - 24 April 2020
2. Waktu Kerja: 09.00 - 17.00

3. Hari Kerja: Senin - Sabtu (Kamis Perkuliahan)
4. Tempat: Komplek Pergudangan Surya Kadu No. C8, Jatake, Tangerang.
5. Posisi: Marketing Management

1.4.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang adalah ketentuan yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara untuk memulai suatu praktek kerja magang. Berikut adalah prosedur yang dilalui penulis dapat menyelesaikan praktek kerja magang:

1. Mencari perusahaan sebagai tempat praktek magang. yang membuka lowongan dan mau menerima 60 hari kerja.
2. Mengajukan permohonan kepada Student Service untuk Kartu Magang (Formulir KM-01).
3. Membawa CV serta mengajukan Kartu Magang (KM-01) yang diberikan Student Service kepada perusahaan tempat praktek kerja magang.
4. Penulis diterima magang oleh perusahaan sebagai karyawan magang dan meminta Surat Keterangan bahwa penulis diterima menjadi karyawan magang.
5. Menginput Surat Keterangan dari perusahaan ke *website myumn.ac.id* untuk mendapatkan KM-02 sampai KM-07.
6. Melaksanakan magang dengan pekerjaan yang telah diberi oleh perusahaan.
7. Menyusun laporan magang.
8. Sidang Magang

1.5 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Sistematika penulisan laporan kerja magang adalah gambaran secara umum mengenai keseluruhan isi laporan magang. Berikut adalah sistematika penulisan laporan magang ini.

BAB I PENDAHULUAN

Penulis membuat laporan tentang kerja magang beserta maksud dan tujuan kerja magang, waktu dan prosedur kerja magang, serta sistematika laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Penulis memberikan informasi tentang gambaran umum dari perusahaan berupa latar belakang perusahaan, profil perusahaan, dan struktur organisasi dari perusahaan serta menghubungkan landasan teori terhadap tempat praktek kerja magang yang sudah dilakukan.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Bab ini menjelaskan secara rinci mengenai pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan kepada Penulis selama melakukan praktek kerja magang, serta masalah dan kendala yang dialami Penulis dan bagaimana Penulis dapat menyelesaikan masalah dan kendala yang dihadapi oleh Penulis, serta memberikan penjelasan secara rinci mengenai pekerjaan yang telah dilakukan di perusahaan tempat praktek magang kerja dan memberikan solusi dari masalah yang ada dalam perusahaan yang telah ditemukan oleh penulis selama praktek kerja magang berlangsung.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan yang penulis dapatkan selama praktek kerja magang, serta memberikan saran kepada perusahaan tempat Penulis melakukan praktek kerja magang.