



### **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.

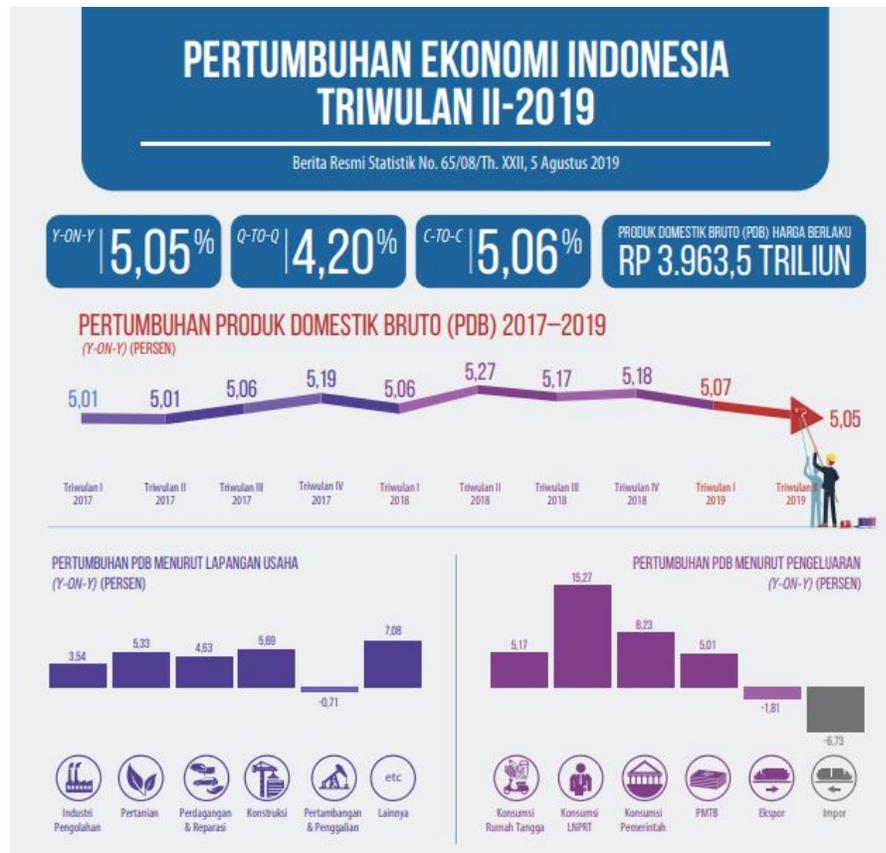
### **Copyright and reuse:**

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



Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

**Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2019**

Pada Gambar 1.1 menunjukkan pertumbuhan ekonomi Indonesia per triwulan II tahun 2019 dibanding triwulan II di tahun 2018 (y-on-y) berada di 5,05 persen. Menurut Kepala BPS Dr. Suhariyanto, pertumbuhan ekonomi Indonesia berdasarkan peranan pulau dalam pembentukan PDB Indonesia masih di dominasi oleh pulau Jawa yang tumbuh dalam yaitu sebesar 59,11 persen per kuartal II di tahun 2019. Namun,

perlambatan terjadi pada pulau Sumatera, Kalimantan, Maluku dan Papua (Shahara, 2019).



Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

**Gambar 1.2 Kontribusi Sektor Ekonomi Terhadap PDB Nasional 2018 (%)**

Pada Gambar 1.2 menunjukkan kontribusi industri pengolahan sebagai penopang perekonomian cukup besar yang terlihat melalui pertumbuhan sektor, peningkatan investasi, penambahan tenaga kerja, dan penerimaan devisa dari ekspor. Total kontribusi dari industry pengolahan yaitu 19,86 persen yang terdiri dari 17,63 persen non-migas dan 2,23 persen migas. Salah satu kategori non-migas yang mengalami pertumbuhan tertinggi sepanjang 2018 yaitu industri makanan dan minuman sebesar 7,91% dengan nilai investasi Rp 56,20 triliun (Jurnalis, 2019). Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman masuk dalam kategori industri potensial dengan tingkat pertumbuhan yang positif. Hal tersebut memungkinkan banyaknya perusahaan pengolahan terutama makanan yang mulai tercipta.

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia atau *basic needs*, sehingga penyedia jasa dan produksi kuliner dapat masuk dalam kategori sub-sektor industri yang tidak ada habisnya salah satunya perusahaan produksi pangan bakso (Regitha, 2017). Bakso pada umumnya disajikan dengan bakso atau bola daging yang merupakan campuran daging giling dan tepung tapioka. Satu porsi bakso biasanya disajikan dengan bakso, tahu, toge, kubis, bihun, telur, dan juga kulit pangsit.

Bakso, merupakan makanan yang mudah ditemukan. Mulai dari pedagang keliling hingga restoran besar sekalipun. Bahkan ada pula bakso yang dijual di super market dalam keadaan beku dimana konsumen hanya perlu memanasi bakso tersebut. Harga seporsi bakso sangat mudah di jangkau oleh masyarakat, alias tidak menguras kantong yakni hanya sebesar Rp. 10.000 kalian sudah dapat menyantap makanan ini. Bahkan ada yang lebih murah dari 10 ribu rupiah, jika sering menjumpai bakso-bakso yang dijual keliling oleh abang-abang, maka dapat bisa membeli bakso hanya dengan 5 ribu rupiah dan dilayani oleh abang-abang tukang bakso.

Bakso yang dikenal saat ini diperkenalkan oleh pedagang China yang menetap di Indonesia. Namun, sejarah bakso di Indonesia mengalami perubahan pada resep asli dimana penggunaan daging babi yang memang tidak familiar di Indonesia. Sehingga pedagang tersebut menggantinya dengan daging sapi, begitu juga dengan bumbu menggunakan rempah-rempah yang cocok dengan lidah orang Indonesia. Walau tak mirip dengan resep asli, namun daging bakso yang empuk tetap menjadi ciri khas masakan ini.

Melihat besar potensi pada kuliner bakso khususnya PT. Quantum Boga Indonesia sehingga membutuhkan upaya dalam mempertahankan hubungan dengan para *retailer* dengan mengimplementasikan *Customer Relationship Management* (CRM) secara konsisten. Penerapan yang baik dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Tentunya terdapat banyak kendala dalam mengimplementasikan CRM. Oleh karena itu, penulis berusaha memberikan saran kepada PT. Quantum Boga Indonesia dalam menerapkan CRM sebagai upaya meningkatkan penjualan.

## **1.2 Pokok Permasalahan**

Selama praktik kerja magang, Penulis dituntut untuk lebih cepat beradaptasi, bekerja sama dan mencapai tujuan bersama rekan-rekan baru dan dituntut untuk belajar lebih cepat dalam melakukan hal-hal yang bagi Penulis adalah hal yang baru ditemui selama praktik kerja magang. Penulis juga harus mengetahui bagaimana cara produksi bakso yang benar dan memahami setiap produk yang ada, serta kandungan bahan apa saja yang ada di dalam produk bakso yang telah diproduksi. Dan penulis juga harus mengecek setiap produk yang telah dikirim ke pasar atau supermarket yang kerja sama dengan perusahaan, lalu penulis harus memastikan bahwa pasar atau toko yang memesan produk bakso Eternal Food untuk melakukan repeat order. Namun strategi perusahaan 2 tahun belakang ini, lebih mengarah memasarkan produknya kepada pemain tradisional market dibandingkan dengan pemain modern market. Jadi penulis pun harus terjun ke lapangan langsung untuk menjalin komunikasi dan memperkenalkan produk bakso Eternal Food.

## **1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Praktik kerja magang yang dilakukan penulis bertujuan untuk sebagai salah satu syarat kelulusan. Selain itu juga penulis dapat banyak belajar dan mendapatkan pengalaman kerja, mengembangkan kemampuan soft skill maupun hard skill penulis, dan juga penulis banyak belajar mengenai system kerja yang ada pada food manufacture, bagaimana caranya perusahaan memasarkan produknya dari awal atau 0, dan bagaimana cara berhubungan baik dengan pelanggan. Dan juga program kerja magang ini sangat penting dan membantu sekali untuk bagaimana kita bisa menerapkan apa saja yang sudah diajarkan dan didapatkan dalam perkuliahan.

Di dalam lingkungan pekerjaan sangat berbeda jauh dengan di dalam lingkungan perkuliahan, yang di mana di dalam lingkungan pekerjaan menuntut penulis untuk cepat beradaptasi dalam segala hal dan dituntut untuk terus mau belajar dan cepat akrab dengan lingkungan kerja maupun staff kerja yang lain.

Selama program kerja magang, penulis sangat dituntut harus cepat beradaptasi dan mengenal semua system dan cara kerja perusahaan dan harus banyak belajar dan bertanya kepada atasan maupun mentor yang ada di tempat kerja. Dan juga penulis harus bisa keliling ke tempat – tempat yang memasarkan produk dari perusahaan,

## **1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang**

### **1.4.1 Waktu Kerja Magang**

Program kerja magang ini dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yaitu minimal 60 hari kerja atau setara dengan 480 jam. Penulis melakukan praktik kerja magang terhitung mulai tanggal 5 Januari sampai dengan .

Data pelaksanaan magang yang dilakukan sebagai berikut:

1. Nama Perusahaan : PT. Quantum Boga Indonesia
2. Bidang Usaha : Food Manufacture
3. Waktu Pelaksanaan : 4 Februari 2020 – 25 April 2020
4. Waktu Kerja : 09.00 – 17.00
5. Hari Kerja : Senin – Jumat
6. Tempat : Komplek Pergudangan Surya Kadu, Blok C 8, Jatake, Tangerang
7. Posisi Magang : Strategic Marketing ( CRM )

### **1.4.2 Prosedur Kerja Magang**

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

- a Memberikan CV kepada PT. Quantum Boga Indonesia
- b Mendapatkan panggilan *interview* dari PT. Quantum Boga Indonesia
- c Membuat surat pengantar kerja magang dari Universitas Multimedia Nusantara
- d Memberikan surat pengantar kerja magang kepada PT. Quantum Boga Indonesia

- e Mendapatkan surat keterangan diterima kerja magang dari PT. Quantum Boga Indonesia dan diserahkan kepada Universitas
- f *Briefing job description* mengenai kewajiban yang akan dijalankan selama praktik kerja magang
- g Melaksanakan praktik kerja magang
- h Pengisian dokumen yang berhubungan dengan kerja magang diantaranya kartu kerja magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang, dan formulir laporan kerja magang.
- i Penyusunan laporan kerja magang
- j Sidang kerja magang

### **1.5 Sistematika Penulisan Laporan Magang**

Sistematika penulisan laporan magang adalah gambaran secara umum mengenai keseluruhan isi laporan magang. Berikut dibawah ini merupakan sistematika penulisan penelitian ini.

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang penulis menyusun laporan kerja magang, maksud dan tujuan, waktu dan prosedur kerja magang, dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

#### **BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini berisikan mengenai gambaran umum perusahaan tempat dimana Penulis melakukan praktik kerja magang. Gambaran umum perusahaan sendiri berisikan deskripsi perusahaan meliputi profil, sejarah, struktur organisasi perusahaan serta landasan teori yang berhubungan dengan praktik kerja magang yang sudah dilakukan Penulis.

#### **BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Bab ini mengenai posisi yang Penulis tempati dalam melakukan praktik kerja magang. Memberikan penjelasan secara *detail* mengenai *job description* Penulis selama melakukan praktik kerja magang, masalah dan kendala yang Penulis hadapi, bagaimana Penulis mengatasi kendala dan masalah yang terjadi, penjelasan secara lengkap mengenai kegiatan praktik kerja magang Penulis setiap harinya, serta solusi dari pokok permasalahan perusahaan yang Penulis temukan selama melakukan praktik kerja magang.

#### BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari Penulis dapatkan selama melakukan praktik kerja magang, serta masukan dan saran kepada pihak perusahaan dimana Penulis melakukan praktik kerja magang untuk kemajuan perusahaan kedepannya.