

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 menjadi salah satu faktor meningkatnya kebutuhan camilan harian masyarakat. Menurut survei yang dilakukan oleh *Mondelez International* (2019), ternyata orang Indonesia lebih cenderung menyukai camilan ketimbang makanan berat. Sachin Prasad (President Director Mondelez Indonesia) menyatakan bahwa orang Indonesia mengkonsumsi makanan ringan hampir 3 kali sehari. Ini sebanding dengan 2,5 kali konsumsi makanan berat setiap hari. Sebanyak 75% responden mengaku lebih mudah mengonsumsi makanan ringan atau camilan di sela-sela aktivitas sehari-hari (Setyorini, 2019).

Apabila melihat konteks dari masyarakat Indonesia, kebiasaan ngemil memang sudah menjadi tradisi sejak lama menurut Devie Rahmawati sebagai salah satu pengamat sosial. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila camilan menjadi pilihan masyarakat dalam berbagai situasi dan kesempatan, termasuk saat mengisi waktu kosong dan menghilangkan kejenuhan (Liputan6.com, 2021).

Indonesia sebagai negara berkembang mempunyai potensi pasar yang cukup baik untuk berbagai jenis produk *Consumer Goods*. Salah satu produk makanan atau camilan yang digemari seluruh lapisan masyarakat adalah permen. Kembang gula atau permen (*Sugar Confectionery*) adalah salah satu produk *Consumer Goods* yang memiliki harga eceran terendah, sehingga menjadikan kategori ini sangat terjangkau dan populer di kalangan konsumen. Di Indonesia, kategori produk tersebut terbagi atas 5 perusahaan lokal yang menguasai 39% *value share* jika dilihat dari catatan *Euromonitor*. 4 peraih market share terbesar di kategori ini adalah Perfetti Van Melle, kemudian disusul oleh Mayora Indah, Kapal Api Group, serta Konimex Pharmaceutical Laboratories (Bachdar, 2017).

PT. Agel langgeng sebagai bagian dari *Business Unit* Kapal Api Group melihat bahwa bisnis permen di Indonesia mempunyai prospek yang cukup baik kedepannya. Produk pertama dari Agel adalah permen Relaxa yang rilis pada tahun 1993. PT. Agel Langgeng terus berkembang sampai saat ini dengan melakukan terobosan dan inovasi produk-produk baru seperti Gingerbon, Espresso, Bontea Green, Permen Kapal Api. Perlu diketahui bahwa perusahaan ingin membuat dan mengembangkan sebuah produk baru bukan hanya atas dasar karena adanya masalah dari *Existing Product* sebelumnya, melainkan karena beberapa faktor,

seperti adanya *Demand*, *Opportunity*, target penetrasi untuk segmentasi yang baru, serta faktor-faktor lainnya.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari kerja magang yang dilakukan penulis di divisi *New Product Development* bagian Marketing:

1. Memenuhi salah satu syarat kelulusan penulis di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengimplementasikan pengetahuan teori yang penulis sudah dapatkan selama masa perkuliahan berlangsung.
3. Mengenal dunia kerja secara nyata dan mendapatkan pengalaman kerja.
4. Pengembangan *softskill* dan *hardskill* yang dimiliki penulis dalam melakukan kegiatan kerja magang.
5. Untuk mengetahui tahap-tahap dalam pengembangan produk dari pembuatan konsep awal hingga *Launching* produk ke dalam pasar.

1.3 Manfaat Kerja Magang

1.3.1 Manfaat Kerja Magang bagi Mahasiswa

1. Menambah pengetahuan dan wawasan dalam divisi *New Product Development* bagian *Marketing*.
2. Memperluas relasi dengan para rekan kerja di perusahaan.
3. Mengasah cara berkomunikasi yang baik dan efisien agar dapat mencapai goals atau target yang diinginkan perusahaan.
4. Adaptasi dengan lingkungan baru serta menumbuhkan rasa *Solution-oriented*, tanggungjawab, kedisiplinan dan efektivitas
5. Dapat memahami proses alur kerja dan *Planning* yang diinginkan sesuai dengan *Timeline* yang telah ditentukan.

1.3.2 Manfaat Kerja Magang bagi Universitas

1. Menjadi tolak ukur bagi Universitas dalam melihat performa dan kinerja dari mahasiswa yang nantinya dipertimbangkan untuk menentukan standar baru dalam *Internship* prodi manajemen di periode selanjutnya.

2. Universitas dapat melakukan kolaborasi atau kerjasama lainnya dengan perusahaan magang penulis (PT. Agel Langgeng).

1.3.3 Manfaat Kerja Magang bagi Perusahaan

1. PT. Agel Langgeng mendapatkan tenaga kerja bantuan dari penulis sebagai *Assistant New Product Development* yang melaksanakan praktik magang di PT. Santos Jaya Abadi.

2. PT. Agel Langgeng dapat menjalin hubungan kerjasama ataupun kolaborasi dalam hal edukatif dengan Universitas Multimedia Nusantara.

3. Adanya input baru dari perspektif penulis kepada tim *New Development Product* mengenai proses pengembangan produk baru yang sedang berjalan dan diharapkan dapat membuat kinerja perusahaan menjadi lebih baik lagi.

1.4 Waktu dan prosedur kerja magang

1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan praktik kerja magang selama kurang lebih 3 bulan dengan periode 60 hari kerja magang. Praktik kerja magang dilakukan penulis dengan waktu 8 jam kerja per hari.

1. Periode Kerja Magang: 1 Maret s/d 31 Mei 2021
2. Jam kerja magang: 08.00-17.00
3. Hari kerja: Senin - Jumat
4. Tempat: PT. Santos Jaya Abadi
5. Posisi: Assistant New *Product* Development

1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melakukan pelaksanaan kerja magang, berikut adalah beberapa tahap yang penulis lakukan:

1. Penulis mencari perusahaan sebagai tempat praktik kerja magang yang akan dilakukan selama 60 hari
2. Penulis mendapatkan info dari teman dekat orang tua penulis mengenai perusahaan untuk magang.
3. Penulis mengirim CV langsung ke PT. Agel Langgeng Bekasi.

4. Penulis melakukan interview dengan Bp. Antonius HK selaku HR Manager PT. Agel Langgeng.
5. Sebelum masuk kerja magang, penulis diajukan untuk melakukan swab test antigen sebagai syarat untuk kerja magang di PT. Santos Jaya Abadi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan kerja magang dibuat oleh penulis untuk memberikan gambaran umum mengenai setiap bab yang disusun oleh penulis. Berikut adalah sistematika penulisan laporan ini:

■ BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, laporan praktik kerja magang berisikan latar belakang pelaksanaan kerja magang, tujuan dan manfaat bagi penulis dalam melakukan kegiatan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan magang serta sistematika penulisan laporan kerja magang.

■ BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang bagaimana gambaran umum perusahaan diantaranya profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, nilai-nilai perusahaan, produk yang disediakan perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan tanggung jawab divisi masing-masing.

■ BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Dalam bab ini menjelaskan tentang posisi kerja penulis saat melakukan praktik kerja magang dalam periode 60 hari. Penulis juga menuliskan *Key Accountability Areas* atau tanggung jawab utama sebagai Assistant New *Product* Development.

■ BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis menyimpulkan hasil dari input yang diterima selama melakukan kerja magang di perusahaan dan memberikan kritik serta saran berdasarkan kontribusi yang dilakukan penulis.