

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

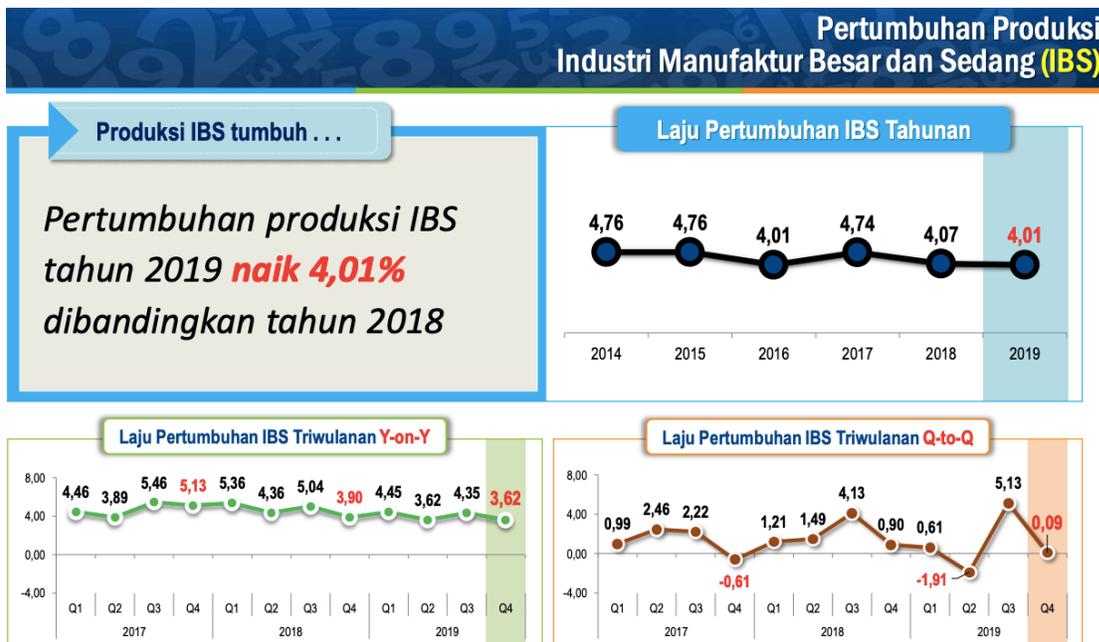
Perkembangan dunia usaha semakin kompetitif khususnya usaha manufaktur, mendorong perusahaan untuk memperoleh sumber daya manusia (SDM) yang mumpuni dalam mencapai visi dan misi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seringkali bersaing untuk mendapatkan SDM yang kompeten dan berkualitas sedini mungkin. Salah satu cara untuk mendapatkan calon karyawan yang berkualitas unggul, perusahaan biasanya memanfaatkan program kerja magang bagi mahasiswa dari suatu universitas.

Universitas Multimedia Nusantara sebagai salah satu lembaga pendidikan di Indonesia yang memiliki sistem pendidikan yang menitikberatkan pada praktik dan teori, yang diharapkan mampu mencetak dan menghasilkan tenaga – tenaga profesional yang siap pakai sesuai dengan bidang keahliannya. Untuk mewujudkan itu, program studi manajemen Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara mempunyai program kegiatan kerja magang bagi mahasiswa. Praktik kerja magang diharapkan mampu memberikan gambaran kepada mahasiswa akan dunia kerja yang sebelumnya tidak diketahui.

Selain itu juga dapat menambah wawasan mahasiswa dan membandingkan antara teori dengan praktik di perusahaan atau instansi tertentu sehingga mahasiswa lulusan dari Universitas Multimedia Nusantara akan memperoleh kesiapan dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Praktik kerja magang dilakukan sesuai dengan jurusan dan konsentrasi mahasiswa sehingga mahasiswa bisa mendapatkan deskripsi mengenai

pengimplementasian ilmunya di dunia nyata dan diharapkan dapat membantu mahasiswa untuk lebih memahami bidang studi yang sedang ditekuninya.

Berikut grafis pertumbuhan industri manufaktur di Indonesia:

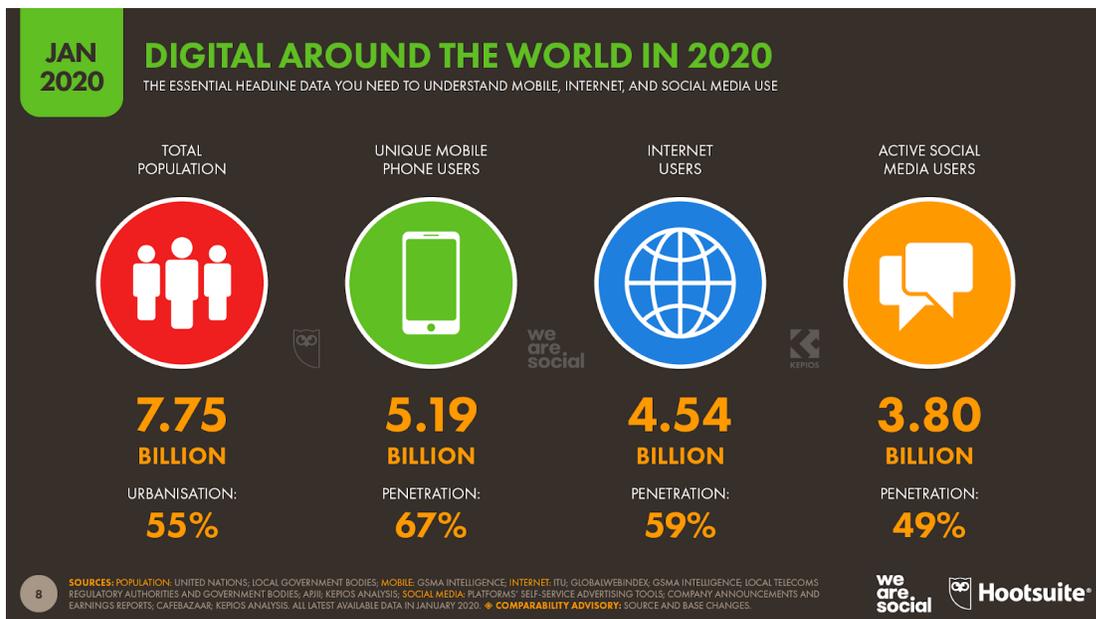


Gambar 1.1 Grafik Industri Manufaktur

Sumber: *bps.go.id*

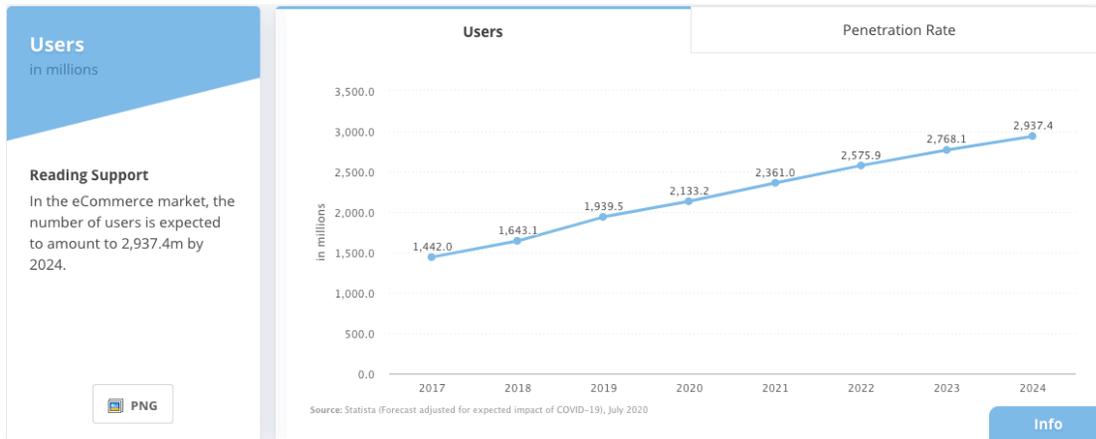
Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan industri manufaktur pada 2017 menyentuh titik tertinggi yaitu 4.74%. Sektor industri pengolahan atau manufaktur masih menjadi tumpuan ekonomi Indonesia dengan menjadi penyumbang terbesar produk domestik bruto (PDB) pada 2019. Namun, sektor ini tahun lalu tumbuh melambat dibandingkan tahun sebelumnya (BPS, 2020).

Menurut data dari lembaga riset *We Are Social* tahun 2020 mengatakan pengguna internet di dunia mencapai 4.54 miliar dari jumlah populasi 7.76 miliar manusia dan hampir 60% dari populasi dunia sudah daring atau terhubung ke jaringan Internet. Jumlah pengguna Internet tumbuh sebesar 7% dari Januari 2019 yang setara dengan 298 juta pengguna baru (We Are Social, 2020).



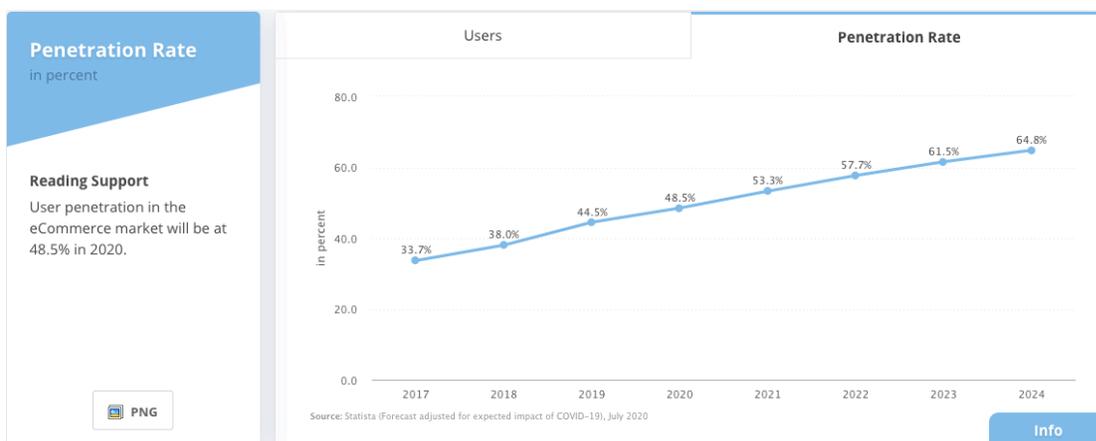
Gambar 1.2 Perkembangan Pengguna Internet Dunia

Sumber: wearesocial.com



Gambar 1.3 Pertumbuhan Pengguna Marketplace di Asia

Sumber: statista.com



Gambar 1.4 Pertumbuhan Penetration Rate di Asia

Sumber: statista.com

Pada pasar *e-commerce*, jumlah pengguna diekspektasikan akan bertambah 2.937 juta pada tahun 2024. Untuk tingkat penetrasinya akan menyentuh angka 64.8% tahun 2024. Statistik ini menunjukkan bahwa pemakaian *e-commerce* akan menjadi bagian dari gaya hidup yang tidak bisa dielakkan di masa depan. Oleh karena itu, para pelaku bisnis harus memanfaatkan *e-commerce* untuk kelangsungan bisnisnya (Statista, 2020)

1.2 Pokok Permasalahan

Mendaftarkan perusahaan ke *marketplace* sangat penting untuk diterapkan oleh Intermedia karena melalui medium ini dapat memperoleh jangkauan pasar yang lebih luas, baik secara nasional maupun global. Sebelumnya *digital marketing* yang dilakukan oleh Intermedia belum maksimal sehingga *digital presence*-nya masih belum tinggi. Untuk meningkatkan *global exposure* dan menjadi rekan yang terpercaya untuk para pembeli potensial terutama dari luar negeri dibutuhkanlah *marketplace* yang berfokus kepada *international trade*, seperti Amazon, AliExpress, Im2b dan lain – lain.

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud pelaksanaan praktik kerja magang oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan pengalaman kerja sebelum memasuki dunia kerja.
2. Agar mahasiswa dapat menerapkan teori – teori yang telah dipelajari selama perkuliahan untuk diterapkan pada perusahaan tempat kerja magang.
3. Dapat mempelajari bidang pekerjaan yang sesuai dengan konsentrasi penulis yaitu pemasaran.

Adapun tujuan pelaksanaan praktik kerja magang oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui promosi yang dijalankan oleh Intermedia.
2. Mengetahui tugas dan tanggung jawab Divisi Pemasaran di Intermedia.
3. Meningkatkan keterampilan dalam hal *digital marketing*.
4. Membandingkan antara teori yang didapatkan di perkuliahan dengan praktik kerja lapangan.

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 3 Februari 2020 sampai dengan 4 Mei 2020.

Data pelaksanaan magang yang dilakukan sebagai berikut:

Nama Perusahaan : PT Intermesindo Raya.

Bidang Usaha : Perusahaan manufaktur suku cadang.

Waktu Pelaksanaan : 3 Februari – 4 Mei 2020.

Waktu Kerja : Senin – Jumat.

09:00 s.d 17:00 WIB.

Posisi Magang : *Digital marketing dan marketing communication.*

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 untuk dapat menyelesaikan praktek kerja magang:

- a Membuat surat pengantar kerja magang dari Universitas Multimedia Nusantara.
- b Memberikan surat pengantar kerja magang kepada PT Intermesindo Raya.
- c Mendapatkan surat keterangan diterima kerja magang dari PT Intermesindo Raya dan diserahkan kepada Universitas.
- d Mengikuti tes wawancara di kantor Intermesindo.
- e *Briefing job description* mengenai kewajiban yang akan dijalankan selama praktek kerja magang.
- f Melaksanakan praktek kerja magang.

- g Pengisian dokumen yang berhubungan dengan kerja magang diantaranya kartu kerja magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang, dan formulir laporan kerja magang.
- h Penyusunan laporan kerja magang.
- i Sidang kerja magang.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Sistematika penulisan laporan magang adalah gambaran secara umum mengenai keseluruhan isi laporan magang. Di bawah 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 detil mengenai *job description* yang penulis lakukan selama 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 penulis 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.