



### **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:**

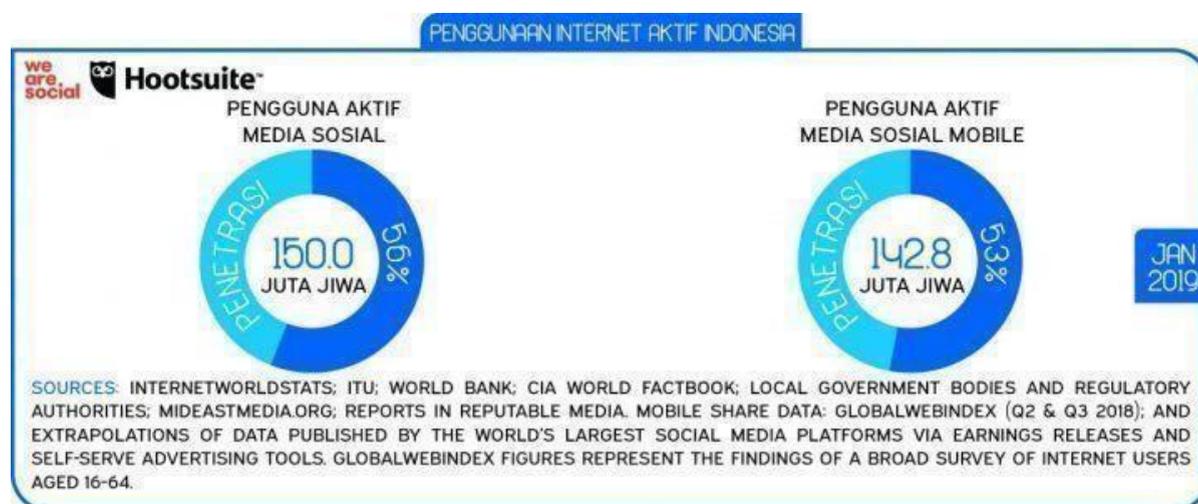
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan internet di Indonesia berjalan begitu cepat dan menyebar ke berbagai wilayah Indonesia. Berdasarkan hasil survei Menkominfo, jumlah pengguna internet pada tahun 2019 mencapai 150 juta jiwa dengan tingkat penetrasi hingga 56% di seluruh wilayah Indonesia. Angka tersebut menunjukkan selisih yang tidak terlalu jauh dengan jumlah pengguna internet *mobile* yang mencapai 142,8 juta jiwa dengan persentase penetrasi sebesar 53 %.



Gambar 1. 1 Pengguna Internet Aktif Indonesia

Sumber : [aptika.kominfo.go.id](http://aptika.kominfo.go.id)

Jumlah pengguna internet yang cukup besar memberikan peluang untuk kegiatan jual beli secara *online*. Perilaku dalam pembelian secara online adalah suatu proses untuk melakukan pembelian produk atau jasa melalui internet (Liang & Lai, 2002). Kegiatan belanja online memunculkan beberapa *marketplace* maupun *e-commerce* baru di Indonesia. *E-commerce* merupakan transaksi melalui jaringan komputer dengan sistem dan metode terintegrasi yang terjadi antar individu, rumah tangga, perusahaan maupun organisasi (Rozama, Kusumatrisona, et al). Hasil survei Badan Pusat Statistik tahun 2019 menunjukkan 15,08 persen dari seluruh jenis usaha di Indonesia yang menggunakan *E-commerce*. Angka ini belum cukup tinggi jika dibandingkan dengan jumlah usaha konvensional.



Gambar 1.2 Persentase Usaha E-Commerce Indonesia

Sumber : Buku Statistik E-Commerce 2019

Menurut data gambar Pusat Badan Statistik, sebanyak 15,08 persen kegiatan usaha di Indonesia menggunakan *E-commerce* dan sebanyak 84,93 masih menggunakan usaha konvensional. Kementerian Komunikasi dan Informasi pun mencatat pertumbuhan *E-commerce* di Indonesia mencapai 78 persen pada tahun 2019, angka ini membuat Indonesia berada di peringkat pertama dunia . Selain *E-Commerce*, di bidang jual beli digital juga terdapat sebuah istilah *marketplace*. *Marketplace* merupakan tempat dimana penjual dan pembeli melakukan transaksi secara elektronik (Standing et al. 2006). *E-commerce* hanya menjual produk dari website itu sendiri sedangkan *Marketplace* menjual produk dari berbagai toko dengan merek berbeda-beda. *E-commerce* ataupun *marketplace* di Indonesia memiliki potensi untuk terus bertumbuh karena saat ini masyarakat merasa nyaman dengan adanya kemudahan transaksi.

Kegiatan usaha melalui *marketplace*, *e-commerce* maupun konvensional tentunya memerlukan strategi promosi pada media *offline* dan *online*. Contoh kegiatan promosi *online* dapat melalui media sosial seperti instagram, tiktok, youtube dan *facebook*. Promosi *online* berbeda dengan promosi *offline*. Saat ini promosi melalui media *online* sangat cocok untuk diterapkan karena masyarakat mampu menggunakan teknologi dengan baik. *Marketplace* biasanya melakukan promosi lebih banyak secara *online*. Promosi *online* di media sosial menggunakan beberapa tools seperti, *SEO*, *Google Ads*, *Sociobuzz*, *Trello* maupun *website* untuk desain grafis marketing seperti *canva*. Kegiatan promosi secara *online* telah

memunculkan teori-teori pemasaran modern yang terangkum dalam sebuah istilah *digital marketing*.

*Digital marketing* merupakan komunikasi yang dilakukan melalui media interaktif dan konten teknologi digital dengan memanfaatkan internet, web, seluler, media sosial, hingga tanda tangan digital (Chaffey, 2012). Kegiatan pemasaran digital memiliki berbagai keunggulan untuk industri *marketplace*. Misalnya proses pemasaran yang *realtime*, keberhasilan dapat diukur dengan mudah melalui aplikasi *tracking* media sosial, penentuan anggaran lebih mudah, konten dapat disebarkan ke wilayah yang luas serta target market yang diinginkan dapat dicapai lebih mudah melalui database dan *SEO*.

Sebagai generasi *millennial* dan penggemar sistem belanja *online*, penulis memiliki banyak pengalaman dalam melakukan transaksi *online* pada beberapa *marketplace*. Penulis sering mengamati strategi promosi yang dilakukan serta iklan-iklan pada media sosial. Hal yang paling menyenangkan adalah ketika penulis hanya berbicara mengenai suatu produk, beberapa saat kemudian iklan produk tersebut secara langsung muncul di instagram. Keseharian penulis selalu diikuti oleh keberadaan instagram. Penulis mengikuti beberapa akun instagram *marketplace* dan menemukan banyak konten marketing bermanfaat. Sistem promosi pada media sosial memungkinkan penulis maupun konsumen lain secara langsung diarahkan pada website *marketplace* yang bersangkutan sehingga lebih mudah dalam melakukan pembelian. Penulis ingin belajar lebih banyak mengenai pemanfaatan sosial media sebagai media promosi di *marketplace*. Selain memiliki kegemaran mengamati kegiatan pemasaran digital, penulis juga memiliki cita-cita bekerja di perusahaan *startup*, karena sistem jam kerja lebih fleksibel, memiliki kesempatan berlatih selayaknya memulai usaha sendiri, sesuai dengan gaya dan lingkungan anak muda dan penulis juga ingin menuangkan ide-ide untuk berinovasi.

Uraian tersebut menjadi alasan penulis tertarik untuk melaksanakan kerja magang di perusahaan teknologi berbasis *startup* pada industri *marketplace* yang menerapkan strategi *pemasaran digital*. Penulis awalnya menentukan pilihan untuk beberapa perusahaan yang akan diajukan *cv* dan lamaran namun sebagian besar dari perusahaan tersebut tidak sesuai dengan kondisi penulis di masa karantina serta jarak dari tempat tinggal cukup jauh. Penulis memilih perusahaan yang lebih fleksibel dan memungkinkan kerja dari rumah (*work from home*) mengingat Indonesia sedang mengalami pandemik. Sebuah *marketplace* bernama Barangbaku.com dari PT Lingkar Inovasi Muda membutuhkan tenaga marketing yang dapat bekerja dari rumah (*work from home*), hal tersebut merupakan kesempatan untuk mengajukan lamaran. Penulis kemudian mempersiapkan berkas-berkas dan mengurus proses

lamaran magang atas bimbingan pihak kampus. PT Lingkar Inovasi Muda memiliki website bernamabarangbaku.com, seluruh kegiatan marketing difokuskan pada bisnis utama tersebut dan penulis menemukan masih banyak kekurangan dalam promosi serta jumlah seller. Barangbaku.com memiliki akun instagram namun masih sepi pengunjung dan belum memiliki rencana konten terjadwal untuk para pengikut. Setelah melalui proses pengiriman cv, surat lamaran dan berkas pendukung lainnya, pihak Barangbaku.com memberikan kesempatan bergabung dan menyarankan mulai bekerja beberapa hari kemudian.

Pelaksanaan kerja magang selama tiga bulan di PT Lingkar Inovasi Muda diharapkan dapat memberikan sudut pandang baru serta pengalaman untuk penulis di dunia *digital marketing*. Tugas dari supervisor meliputi analisis kegiatan marketing di dunia *marketplace* dan melakukan upaya-upaya dalam menemukan vendor potensial. Selain itu, ada beberapa tugas magang yang mengarahkan penulis berpikir kreatif dalam merancang konten-konten marketing untuk media sosial, *website* maupun aplikasi.

## **1.2 Pokok Permasalahan**

Dalam sub bab kedua, penulis melakukan analisa mengenai permasalahan yang diangkat dalam penulisan laporan, maka ditemukan permasalahan sebagai berikut :

Selama ini perusahaan melakukan kegiatan promosi melalui sosial media yaitu instagram namun kegiatan promosi pada akun instagram barangbaku.com masih memiliki beberapa kekurangan. Jumlah Followers instagram sebanyak 1615 dengan 18 jumlah posting namun rata-rata jumlah *like* hanya 10 sedangkan *engagement rate* hanya sebesar 0,38 %. Jumlah tersebut masih terbilang kecil untuk menarik perhatian konsumen melakukan transaksi di barangbaku.com.

Pada masa magang ini penulis akan fokus pada upaya perbaikan konten instagram dengan harapan terjadi peningkatan jumlah like sebanyak 100 keatas selama satu minggu dan memperoleh *engagement rate* sebesar 10%. Upaya ini merupakan isi laporan magang saya yang berjudul “Meningkatkan Jumlah Konsumen Potensial di barangbaku.com dengan Mengefektifkan Promosi melalui Media Sosial Instagram”.

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

Penulis tentu memiliki tujuan secara spesifik dalam pelaksanaan kerja magang, adapun tujuan kegiatan magang di Barangbaku.com sebagai berikut :

1. Melakukan realisasi atau pemanfaatan ilmu dari teori dan kegiatan praktek mata kuliah *digital marketing* yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan. Mendapatkan kesempatan dalam mengembangkan kemampuan, kreativitas serta ide-ide strategis untuk rencana pemasaran digital..
2. Melatih kemampuan berbahasa yang baik dalam proses komunikasi marketing.
3. Memperoleh kenalan baru baik dari pihak perusahaan maupun vendor.
4. Melatih tanggung jawab, kepekaan, kesabaran dan tingkat emosi saat bekerja dalam tim.
5. Mempelajari *tools-tools baru* dalam kegiatan *digital marketing*.

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

##### **1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Kegiatan kerja magang dimulai pada tanggal 11 Mei 2020 dan berakhir pada tanggal 11 Agustus 2020 dengan sistem *Work from Home (wfh)*, posisi penulis saat praktek kerja magang berada di Kabupaten Badung Provinsi Bali. Waktu kerja dimulai dari hari Senin hingga Jumat, pada pukul 09.00 WIB sampai 18.00 WIB. Barangbaku.com memiliki jam kerja fleksibel dimana karyawan *wfh* tidak harus *standby* selama delapan jam kerja tersebut, pegawai magang diperbolehkan mengatur waktu bekerja sendiri dengan syarat setiap tugas yang diberikan selesai tidak melewati batas yang ditentukan dan harus tetap melakukan komunikasi setiap hari kerja melalui whatsapp.

##### **1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Selama menjalani kegiatan magang penulis diwajibkan untuk mematuhi peraturan dan mengikuti proses-proses yang ditentukan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara serta PT Lingkar Inovasi Muda. Pelaksanaan kerja magang melalui beberapa proses sebagaiberikut :

1. Mengikuti seminar dari Program Studi Manajemen untuk memperoleh pengetahuan serta pedoman tentang mata kuliah *internship* terkait hal-hal yang

menjadi persiapan dan syarat-syarat yang harus dimiliki agar dapat mengikuti *internship*. Penulis serta mahasiswa akhir lainnya mengikuti seminar online pada saat itu karena dalam kondisi *pandemic*.

2. Mengajukan surat pengantar magang kepada pihak kampus. Dalam proses memperoleh surat pengantar magang, penulis wajib mengumpulkan Form KM 1 beserta transkrip nilai yang telah ditandatangani oleh ketua Program Studi Manajemen. Penulis mengajukan lamaran magang kepada PT Lingkar Inovasi Muda melalui email. Kantor Perusahaan ini terletak di Rukan Eksklusif Bukit Golf Mediterania Blok D No.8 Penjaringan, Jakarta. Setelah memperoleh surat pengantar magang, penulis kemudian mengirimkan Surat Pengantar Magang tersebut kepada PT Lingkar Inovasi Muda.
3. Pada tanggal 11 Mei 2020, penulis diterima untuk melangsungkan praktik kerja magang dan diperkenankan untuk bekerja secara *online* atau bekerja dari rumah. Pihak perusahaan telah mengirimkan surat pernyataan yang berisi keterangan hari pertama bekerja melalui email. Surat keterangan diterima di PT Lingkar Inovasi Muda selanjutnya dikirim ke pihak kampus melalui email.
4. Mulai melakukan perkenalan dan mengerjakan tugas-tugas yang diberikan oleh supervisor. Bapak Daniel Kawalo merupakan supervisor bagi penulis sekaligus CEO dari PT Lingkar Inovasi Muda. Setiap hari supervisor memberikan instruksi tugas yang harus dikerjakan serta mengingatkan tenggang waktu dari pekerjaan tersebut. Pekerjaan di PT Lingkar Inovasi Muda dapat diselesaikan dengan waktu fleksibel. Penulis dapat mengerjakan kapan saja namun tetap tidak boleh melewati tenggang waktu yang diberikan. Tenggang waktu setiap pekerjaan berbeda-beda, tergantung dari tingkat kesulitan pekerjaan itu sendiri. Rata-rata tenggang waktu pengerjaan tugas satu hari hingga satu minggu.
5. Penulis mengunduh beberapa form seperti kartu kerja magang, form absensi dan dokumentasi kegiatan selama magang. Berkas-berkas tersebut selanjutnya memerlukan tanda tangan dari supervisor.
6. Melengkapi setiap form kerja magang yang telah diunduh.
7. Mengikuti beberapa kali bimbingan magang untuk proses menyusun laporan kerja magang.
8. Menyusun laporan kerja magang.
9. Pembimbing melakukan pemantauan dan pemeriksaan prosedur penulisan pada

laporan kerja magang dan diketahui oleh Ketua Program Studi.

10. Pembimbing lapangan mengisi lembar penilaian dan memberikan surat keterangan bahwa penulis telah selesai melaksanakan tugas-tugas yang diberikan serta menyatakan bahwa kegiatan kerja magang telah berakhir.
11. Pembimbing lapangan mengirimkan hasil penilaian kerja magang dan surat pernyataan kepada pihak Koordinator Magang.
12. Koordinator magang mendaftarkan penulis untuk mengikuti sidang.
13. Penulis bertanggung jawabkan setiap isi laporan yang telah disusun.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Laporan magang disusun berdasarkan standar yang ditetapkan oleh program studi dengan susunan sebagai berikut :

#### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini penulis menjelaskan latar belakang, fenomena yang terjadi dan permasalahan yang timbul berdasarkan analisa penulis serta alasan penulis memilih barangbaku.com sebagai tempat melaksanakan kegiatan kerja magang.

#### **BAB II Gambaran Umum Perusahaan**

Bab ini disusun berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diperoleh tentang PT Lingkar Inovasi Muda khususnya barangbaku.com, waktu berdiri perusahaan, sejarah perusahaan, visi misi serta struktur dalam perusahaan.

#### **BAB III Pelaksanaan Kerja Magang**

Pada bab ini diuraikan secara detail posisi penulis di perusahaan, tanggung jawab yang diambil selama melaksanakan magang, pihak yang diajak berkoordinasi, jenis kegiatan saat jam kerja, proses kegiatan magang dan yang terakhir adalah kendala yang ditemukan selama magang dilengkapi oleh solusi penulis dalam menghadapi kendala tersebut.

## BAB IV Kesimpulan dan Saran

Bab terakhir menyimpulkan setiap kegiatan yang dilakukan pada saat melaksanakan kerja magang, kemudian memberikan saran terhadap perusahaan dan saran bagi laporan kerja magang berikutnya.