



### **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.

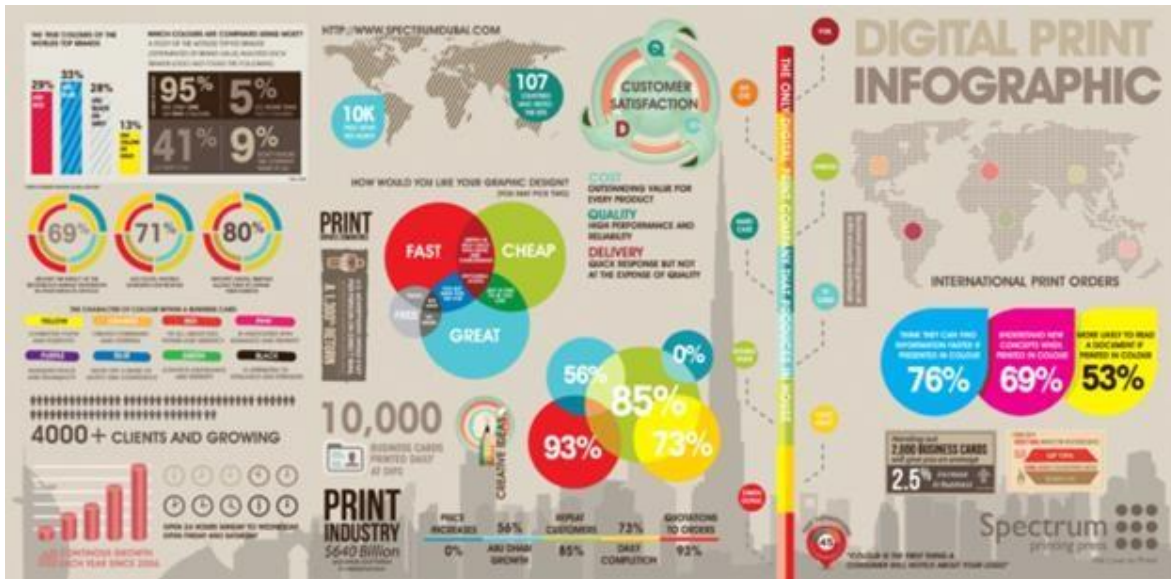
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini bisnis percetakan memiliki peluang yang tinggi dikarenakan kebutuhan masyarakat yang berkaitan dengan percetakan seperti dus sepatu, dus makanan, dus elektronik, cetakan undangan dan masih banyak lagi. Kenaikan jumlah permintaan terhadap produk cetak juga dipacu oleh kenaikan permintaan dari sektor UMKM. Kebutuhan untuk meningkatkan kualitas produk mendorong kebutuhan para pemilik UMKM di Indonesia akan *packaging* yang unik dan menarik untuk produk mereka (AG, 2017).

Berdasarkan Gambar 1.1, Industri percetakan memiliki peluang yang cukup tinggi. Kenaikan ini tak lepas dari beberapa faktor seperti kualitas hasil cetakan, berapa lama waktu pengerjaan, dan harga cetak. Selain itu, bentuk *packaging* dan bahan juga menentukan hasil kepuasan pelanggan seperti contohnya bentuk *packaging* yang unik dengan bahan yang sudah *foodgrade* yang sekarang menjadi trend saat ini. Lalu juga sekarang ini banyak orang mencari *packaging* yang dapat didaur ulang. Seperti yang kita ketahui lebih dari 90% sampah ditimbun di Bantar Gebang, dan sebagian besar adalah plastik (Kompas.com, 2021) . *Packaging* yang unik dan menarik menjadi salah satu pendorong customer untuk membeli sesuatu produk.



**Gambar 1. 1 Data Industri Printing International**

Sumber : (AG, 2017)

Dari sisi peluang pasar maka selama *pandemic* covid-19, laju pertumbuhan industri percetakan banyak dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan produk makanan dan minuman. Berdasarkan gambar 1.2, produk makanan dan minuman terus melejit mulai dari bulan Februari hingga April. Kenaikan hasil tersebut 1.5 kali lebih tinggi dari total di bulan Februari tahun 2020. (Rizkinaswara, 2020)

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Di masa pandemi COVID-19, e-commerce diproyeksikan terus berkembang.



Gambar 1. 2 Data Penjualan Produk Sanitasi dan Produk Makanan dan Minuman

Sumber : (Rizkinaswara, 2020)

Semenjak *pandemic* covid-19 ini, tingkat penjualan *packaging* makanan dan minuman mengalami kenaikan sebesar 5%- 10%. Kenaikan ini dipicu oleh perubahan tren pola konsumsi masyarakat yang lebih memilih makanan dan minuman dengan konsep yang menarik dan unik (Rahayu, 2020) . Selain itu peningkatan kebutuhan akan percetakan juga didorong oleh kebijakan PPKM yang menganjurkan untuk mengurangi makan di tempat dan mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian via aplikasi (*take away*).Tren pesan makanan online naik saat pandemi dan menjadi peluang bagi para UMKM. Menurut data dari McKinsey, sebesar 34% konsumen mengaku lebih sering memesan makanan secara online belakangan ini. Tren ini kemungkinan akan terus berlanjut hingga 84% konsumen mengaku siap untuk melakukan pemesanan makanan secara online (Gunadha, 2020) . Dengan adanya tren ini F&B pun dituntut untuk bisa menyesuaikan pola konsumsi pasar yang berubah, baik dari segi produk, *packaging*, dan layanan.

Selama pandemik nilai transaksi pembelian makanan secara take away naik sebesar 1070% pada tahun 2020 (Henry, 2020) . Jumlah yang besar ini menjadi daya tarik dan peluang yang baik untuk industri percetakan. Restoran atau tempat makan tidak boleh menerima pengunjung, layanan *take away* dan pesan antar terutama *online* jadi andalan utama. Meski banyak *online* bukan berarti para pengusaha tidak bisa kreatif, justru banyak cara yang bisa dilakukan oleh mereka yang kreatif dan inovatif.

Melihat potensi bisnis percetakan yang besar maka PT. TCC telah menjadi salah satu pemain lokal di industri ini sejak 2011 . Adapun fokus dari produk cetak PT.TCC adalah percetakan packaging makanan dan minuman, perlatan rumah tangga, dan elektronik. Ditengah penurunan laju pertumbuhan ekonomi, penjualan tetap stabil walaupun pada masa pandemic covid-19 ini.

PT.TCC sudah berdiri dan berjalan selama 10 tahun dan terus berkembang baik hingga sekarang ini. PT.TCC merupakan pemain lokal lama yang sudah berkecimpung di dunia percetakan. Sebelum pandemic covid 19 pun PT.TCC sudah bekerja sama bersama beberapa perusahaan besar. Sekarang ini PT.TCC lebih berfokus kepada B2B (*business to business*). PT.TCC bekerja sama dengan perusahaan lainnya seperti PT.Diamas untuk *packaging* gelas, PT Selamat Sempurna,Tbk (ADR group) untuk *packaging filter*, pendingin oli, kondensor dan beberapa produk lainnya. Selain itu PT.TCC juga memproduksi packaging beberapa perusahaan makanan dan minuman seperti R&B tea, Kopi Janji Jiwa dan beberapa perusahaan makanan dan minuman lainnya

Selama magang di PT.TCC, penulis memiliki kesempatan untuk belajar bernegosiasi dengan *customer* dan *marketing*. Dalam tanggung jawab tersebut, penulis belajar untuk bernegosiasi harga, produk, dan lama pengerjaan kepada *customer* dan juga penulis belajar cara untuk menjelaskan produk kepada *customer*. Hal ini membuat penulis dapat mengetahui cara berkomunikasi dengan *customer*.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

### **1.2.1 Maksud Kerja Magang**

Maksud dari pelaksanaan praktik kerja magang ini adalah untuk memenuhi penilaian mata kuliah Internship dengan bobot 4 sks sebagai salah satu syarat kelulusan (S1) dari Universitas Multimedia Nusantara. Mahasiswa diharapkan untuk melakukan praktik kerja magang dengan minimal 60 hari kerja. Selain itu penulis mengharapkan mendapatkan pengalaman dan dapat belajar untuk masuk ke dunia pekerjaan kedepannya.

### **1.2.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan penulis dari pelaksanaan praktik kerja magang di PT.TCC adalah sebagai berikut :

- a. Untuk memenuhi mata kuliah sebesar 4sks dan juga syarat untuk kelulusan penulis di Universitas Multimedia Nusantara.
- b. Menerapkan teori dan ilmu yang telah dipelajari selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara ke dunia kerja.
- c. Memahami situasi dunia kerja yang sebenarnya dan ikut serta dalam melakukan proses kerja.
- d. Mengetahui cara bernegosiasi dengan customer dan proses percetakan
- e. Memperoleh wawasan dan pengalaman penulis.

## **1.3 Waktu dan prosedur kerja magang**

### **1.3.1 Waktu pelaksanaan kerja magang**

Pelaksanaan praktik kerja magang dilaksanakan sesuai surat rekomendasi ijin kerja magang, dari bulan Agustus 2021 hingga November 2021

Berikut merupakan data pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis :

Nama perusahaan : PT. TCC  
Bidang Usaha : Percetakan packaging  
Waktu Pelaksanaan : 30 Agustus - 30 November 2021  
Hari Kerja : Senin - Sabtu  
Waktu Kerja : 08.00 - 16.00 WIB  
Posisi Magang : Marketing and Sales  
Alamat : Jln Moa no 10, Teluk Gong, Jakarta Utara, 14450

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis Melakukan prosedur dari sebelum kerja magang sampai dengan selesai kerja magang. Berikut prosedur yang dijalankan oleh penulis :

- a. Mencari informasi lowongan praktik kerja magang melalui saudara dan teman.
- b. Memberikan CV, Portofolio, dan Transkrip nilai kepada perusahaan.
- c. Mendapat kabar dari PT.TCC untuk melakukan interview.
- d. Diberi arahan apa saja yang harus dimengerti dan harus dilakukan.
- e. Memberikan surat keternagan dari kampus.
- f. Melakukan pelaksanaan praktik kerja magang.

## **1.4 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan laporan kerja magang berjudul “Pelaksanaan Proses Marketing di PT.TCC adalah sebagian berikut

### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini, penulis menjelaskan informasi mengenai latar belakang dari instusri perusahaan, informasi tentang latar belakang dari industri secara keseluruhan, pokok permasalahan yang diangkat, maksud dan tujuan kerja magang, waktu dan prosedur kerja magang, dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

## BAB II Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini, penulis menjelaskan informasi mengenai profil perusahaan secara umum, yaitu sejarah singkat, visi dan misi, serta struktur organisasi perusahaan. Bab ini berisikan landasan teori yang akan digunakan penulis dalam proses penyusunan laporan kerja magang.

## BAB III Pelaksanaan Kerja Magang

Pada bab ini, penulis menjelaskan kedudukan dan posisi penulis selama melakukan praktik kerja magang, koordinasi yang dilakukan, tugas yang akan dilakukan, uraian pelaksanaan kerja magang, kendala yang ditemukan oleh penulis, dan solusi atas kendala yang ditemui.

## BAB IV Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini, penulis akan memberikan kesimpulan selama menjalani praktik kerja magang sesuai dengan pokok permasalahan yang diangkat. Penulis juga memberikan saran berdasarkan kendala yang ditemukan saat menjalani praktik kerja magang

