



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:

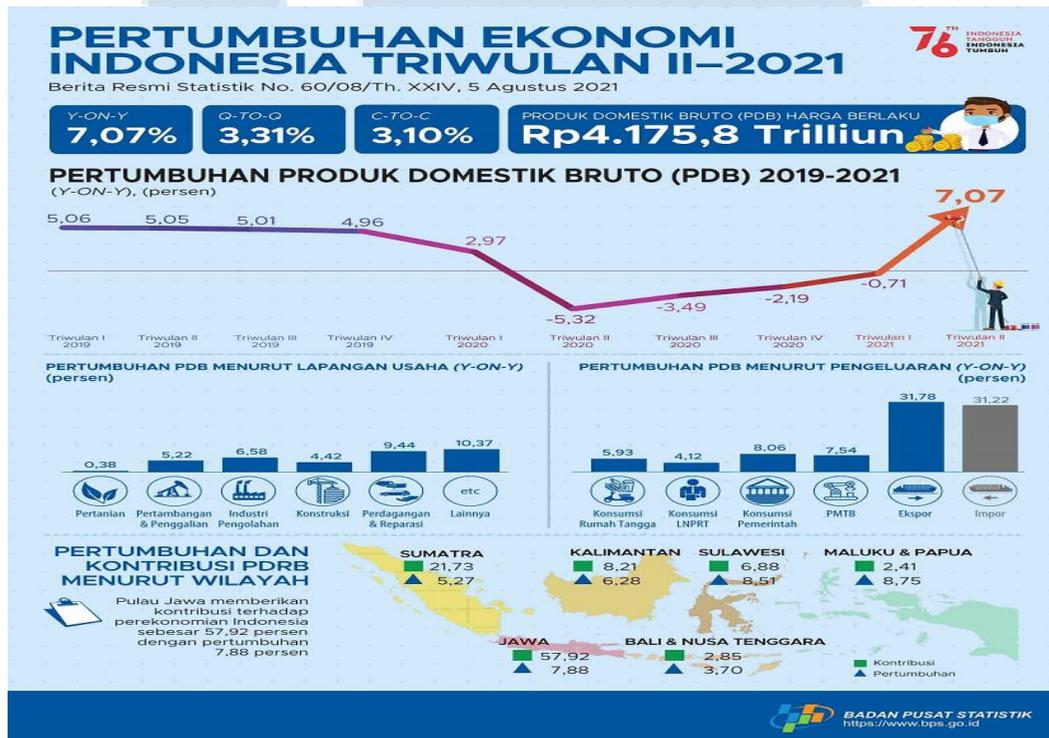
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada Triwulan II-2021 tumbuh sebesar 7,07% (yoy), tertinggi dalam 16 tahun terakhir. Hal tersebut sekaligus mencatatkan rekor pertumbuhan per *triwulan* tertinggi sejak Krisis Subprime Mortgage, bahkan lebih tinggi dari negara *peers*. Pertumbuhan tersebut dicapai pada saat kasus aktif Covid-19 rata-rata selama Triwulan II-2021 yang tercatat sekitar 113.218 jiwa (ekon.go.id, 2021).



Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia

Sumber: (Niaga.Asia, 2021)

Berdasarkan Gambar 1.1, hal ini menunjukkan pemulihan ekonomi terus berlanjut dan tingginya angka kepercayaan masyarakat maupun investor terhadap Penanganan Covid-

19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional yang dilakukan Pemerintah. Pertumbuhan ekonomi yang terjadi tersebut ditopang oleh kuatnya pertumbuhan baik dari sisi *demand* maupun *supply* (Hartanto, 2021).

Dari sisi *demand*, komitmen Pemerintah dalam PC-PEN (Komite Penanganan Covid 19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional) mendorong konsumsi Pemerintah tumbuh menjadi 8,06% (yoy). Dengan begitu Pemerintah sudah berkomitmen dan secara bersamaan telah berhasil meningkatkan konsumsi rumah tangga sebesar 5,93% (yoy) dan konsumsi LNRT tumbuh juga sebesar 4,12% (yoy). Pembentukan modal tetap bruto bertambah tinggi sebanyak 7,54% (yoy) seiring dengan berjalannya waktu kondisi perekonomian di Indonesia sudah mulai membaik dan sudah mendorong kapasitas produksi dunia usaha. Membaiknya perekonomian global juga membuat ekspor tumbuh sangat tinggi sebesar 31,78% (yoy) disusul dengan impor yang tumbuh sebesar 31,22% (yoy) (ekon.go.id, 2021).

Sedangkan dari sisi *Supply*, semua sektor lapangan usaha mengalami perbaikan. Sektor Industri pengolahan sebagai kontributor terbesar PDB tumbuh positif sebesar 6,58% (yoy). Sektor utama lainnya tumbuh signifikan, antara lain Sektor Transportasi dan Pergudangan yang tumbuh sebesar 25,10% (yoy) serta sektor Akomodasi dan makanan minuman tumbuh sebesar 21,58% (yoy) (ekon.go.id, 2021).

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup besar bagi industri hiburan di dunia, tak terkecuali di Indonesia. Sejak diumumkannya kasus positif pertama di Indonesia pada Maret 2020, banyak penyesuaian yang harus dijalani demi menghadapi pandemi (Zhafira, 2021).

Menilik ke belakang, salah satu kebijakan pertama yang dijalankan pemerintah dan masyarakat adalah pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). PSBB diterapkan pertama kali pada 10 April 2020, selang sebulan sejak dua kasus Covid-19 pertama kali ditemukan awal Maret (Zhafira, 2021).

Kebijakan tersebut tak dipungkiri cukup membuat kaget berbagai sektor perekonomian Indonesia, tak terkecuali industri hiburan. Sejumlah konser, peluncuran film,

pertunjukan terpaksa ditunda untuk mengurangi pengumpulan massa yang bisa berdampak pada perluasan Covid-19 (Zhafira, 2021).

Perusahaan teknologi manajemen event, LOKET, mengatakan perubahan tren ini memungkinkan teknologi dan hiburan dapat berjalan beriringan dan maksimal. Loket juga membagikan prediksinya terkait *tren* hiburan di Tanah Air pada tahun ini. Dengan *optimisme* dan semangat yang sama, tentu mengunggah asa bahwa kita semua bisa melewati pandemi dengan berbagai inovasi dan terobosan. Terlebih, program vaksinasi di Indonesia sudah mulai berjalan di awal tahun. Meski memang keadaan dan geliat industri hiburan tidak bisa normal kembali, hal ini setidaknya menjadi langkah pertama untuk menyambut semarak dunia hiburan di Tanah Air (Zhafira, 2021).

Memasuki era pandemi *Covid 19* banyak sekali kegiatan yang menimbulkan kumpulan orang dilarang, terutama sejak PPKM level 4 dilaksanakan. Banyak sekali pengusaha di dunia bisnis sound system ini yang harus memikirkan cara dan melakukan inovasi-inovasi yang baru agar tetap berjualan dan juga *segmentasi* konsumen mereka kebanyakan ialah orang-orang yang ingin melaksanakan konser lalu konsumen tersebut membeli alat-alat konser tersebut dan musisi yang ingin membeli peralatan untuk kebutuhan perekaman musik mereka (finance.detik.com, 2021).

Banyak sekali *dealer-dealer sound system* yang ada di Jakarta bahkan di luar Jakarta yang saat ini sedang berlomba-lomba untuk mengembalikan keadaan yang sempat terhambat dikarenakan *pandemi* baik dari sisi penjualan dan juga beberapa proyek yang melibatkan alat-alat *sound system*.

PT Promedia Innovative Solution merupakan salah satu distributor dan importir *PROFESSIONAL AUDIO* di Indonesia. PT Promedia Innovative Solution hadir untuk mensupply alat-alat *sound system*, alat-alat untuk *podcast* dan masih banyak lagi alat-alat yang masih ada kaitannya dengan dunia *sound system*. PT Promedia Innovative Solution menjadi distributor 3 brand sound yang terkenal baik di *Asia* maupun di *Eropa* yaitu Beyerdynamic (brand yang berasal dari Jerman), Tascam (brand yang berasal dari Jepang)

dan Proel (brand yang berasal dari Italia). Perusahaan inilah yang memasukkan ke 3 brand tersebut dari negara-negara asal brand tersebut.

Di era *pandemi* ini PT Promedia Innovative Solution atau lebih dikenal dengan sebutan PIS mulai memperluas pasar penjualannya melalui *E-Commerce* namun sekarang sedang berproses menjadi *Official Store* di *E-commerce* tersebut. PIS kini sedang memperkuat penjualan dibidang *recording* dan *podcast*, karena di era sekarang ini banyak sekali *podcaster-podcaster* yang baru bermunculan. Jaman sekarang orang-orang lebih mengandalkan dunia *digital* sebagai platform mereka untuk menstreaming kapanpun dan dimanapun, hanya perlu *device* dan konektivitas internet yang cukup.

Agar PIS tetap dapat menjadi distributor serta importir umum maka PIS berusaha untuk tetap menjaga kualitas harga dan kualitas produk yang dijual baik ke customer secara langsung maupun ke *dealer-dealer* yang sudah bekerjasama dengan PIS. Selain itu PIS memberikan pelayanan yang baik kepada *dealer-dealer*, personal konsumen maupun orang-orang yang baru terjun kedalam dunia audio maupun di dunia podcasting. Dengan mempertahankan hal-hal seperti itu maka konsumen akan memiliki suatu kepuasan dan kepercayaan untuk membeli barang-barang yang mereka butuhkan di PIS. Selain itu PIS juga menggarap beberapa projek swasta maupun pemerintah seperti, pemasangan speaker di Gereja maupun sound system yang dibutuhkan gereja tersebut, dan juga memasang sound system di istana negara.

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan (Yulianti, Lamsah, & Periyadi, 2019).

Pemasaran sangatlah penting untuk PT. Promedia Innovative Solution karena, PIS dapat menjual produk secara luas dan dapat menambah pengetahuan semua produk yang dijual kepada calon customer baru maupun customer yang sudah lama bekerja sama dengan PIS. Di PIS posisi penulis sebagai *marcom (Marketing Communication)* yang memiliki tugas untuk membantu memikirkan konten yang sedang viral dan dapat membantu penjualan

produk PIS, penulis juga membantu menjadi *supervisi* dalam beberapa proyek untuk memastikan dan mengecek pemasangan *speaker* maupun *LED screen* terpasang dengan baik, penulis juga meng-*input* produk-produk yang di jual ke *official store* di Tokopedia, membuat laporan pencairan produk yang sudah terjual di Tokopedia setiap minggunya dan juga saya membantu dalam membuat vidio youtube untuk channel PIS.

Mengingat pentingnya Proses pelaksanaan *project, sales dan marketing* maka penulis tertarik untuk meneliti ketiga hal tersebut di perusahaan. Untuk itu, penelitian tersebut berjudul “*PELAKSANAAN PROSES PROJECT, SALES, DAN MARKETING DI PT PROMEDIA INNOVATIVE SOLUTION*”.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Maksud dari praktek kerja maang ini adalah untuk memenuhi kewajiban akademis yang memiliki bobot sebanyak 4 sks dan merupakan persyaratan yang wajib dalam memenuhi dalam memenuhi kelulusan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara khususnya Ketika memasuki tingkat akhir masa perkuliahan.

Selain itu juga, penulis juga diharapkan mampu menjadi sarana pembelajaran bagi penulis dalam mengembangkan setiap ilmu dan pengetahuan yang telah didapatkan sebelumnya selama proses belajar di masa perkuliahan dan mengimplementasikan teori yang telah dipelajari ke dalam dunia kerja nyata. Terlebih dari itu penulis berharap penuh untuk bisa berkontribusi banyak kepada PT. Promedia Innovative Solution dalam mengerjakan pekerjaan dan tugas-tugas yang diberikan.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan penulis melakukan kerja magang di PT. Promedia Innovative Solution adalah:

- 1) Sebagai salah satu syarat kelulusan penulis untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Multimedia Nusantara.
- 2) Menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam proses kerja magang yang dijalankan penulis.
- 3) Memperluas pengetahuan dan pengalaman penulis dalam bidang *Marketing Management*.
- 4) Meningkatkan pengetahuan dalam menghadapi dan mengatasi masalah baru yang muncul dalam dunia kerja sehari-hari.
- 5) Mengetahui dan memahami segala jenis proses kerja yang dilakukan dalam ruang lingkup perusahaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Periode praktek kerja magang dilakukan selama enam puluh empat hari kerja selama bulan Agustus sampai Oktober 2021. Penulis memulai praktek kerja magang pada tanggal 2 Agustus dan berakhir pada tanggal 29 Oktober 2021. Data pelaksanaan praktek kerja magang yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Nama Perusahaan : PT. Promedia Innovative Solution

Bidang Usaha : Distributor Pro Audio

Waktu Pelaksanaan : 2 Agustus 2021 – 29 Oktober 2021

Hari Kerja : Senin – Jumat

Waktu Kerja : 09.00 – 17.00

Tempat : Ruko CityPark Business District (CBD) Blok - 01

Posisi : Marketing Communication

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

- a) Membuat surat lamaran pekerjaan.
- b) Membuat CV dan menyiapkan transkrip nilai sementara.
- c) Mendapat kabar dari Manager PT. Promedia Innovative Solution untuk membuat jadwal interview.
- d) Melakukan dengan interview dengan Pak Yan Herianto.
- e) Memberikan surat Lamaran CV dan transkrip nilai sementara.
- f) Penjelasan posisi dan pekerjaan yang akan dikerjakan.
- g) Melakukan praktek kerja magang.
- h) Mengisi dan melengkapi formulir yang dibutuhkan yaitu KM-KM yang dibutuhkan seperti kartu kerja magang, formular absensi, dan formular realisasi kerja magang dan tanda tangan kontrak dengan perusahaan.
- i) Penyusunan laporan kerja magang.
- j) Sidang kerja magang.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk laporan yang berjudul **PELAKSANAAN PROSES PROJECT, SALES & MARKETING DI PT. PROMEDIA INNOVATIVE SOLUTION** adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan latar belakang pelaksanaan kerja magang, permasalahan yang diangkat oleh penulis selama melakukan kerja magang di PT. Promedia Innovative Solution.

BAB II: Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum dari perusahaan yaitu sejarah singkat, profil perusahaan, serta struktur organisasi perusahaan yang dijadikan penulis sebagai tempat magang. Selain itu bab ini juga berisikan teori-teori yang memiliki hubungan dengan praktek kerja magang yang dilakukan oleh penulis.

BAB III: Pelaksanaan Kerja Magang

Pada bab ini menjelaskan mengenai pelaksanaan kerja magang mulai dari kedudukan dan posisi penulis dalam perusahaan, pekerjaan yang dikerjakan, proses kerja magang, kendala yang ditemukan penulis selama kerja magang, dan solusi atas kendala yang ditemukan.

BAB IV: Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini penulis menjelaskan kesimpulan terkait teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan dengan kenyataan yang ada dalam dunia kerja magang pada PT. Promedia Innovative Solution serta saran dari penulis yang dapat membantu perusahaan terkait kendala yang ditemukan.

