

BAB I

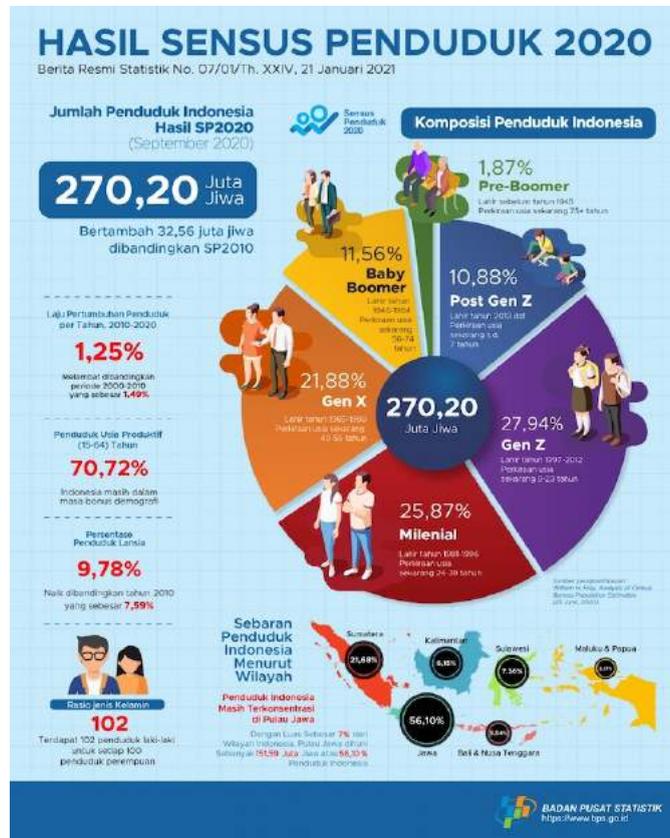
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jumlah penduduk di Indonesia terus mengalami perkembangan yang dinamis. Saat ini, Indonesia berada di posisi keempat sebagai negara dengan jumlah populasi terbanyak di dunia terhitung sejak 10 September 2021. Berdasarkan data Administrasi Kependudukan (Adminduk) per Juni 2021, jumlah penduduk Indonesia adalah sebanyak 272.229.372 jiwa, dimana 137.521.557 jiwa adalah laki-laki dan 134.707.815 jiwa adalah perempuan. Dari banyaknya jumlah populasi ini, sebanyak 56% jumlah populasi di Indonesia mendominasi di pulau Jawa, tepatnya di pulau Jawa Barat dengan jumlah penduduk sebanyak 47.586.943 jiwa. Sedangkan dengan jumlah populasi tersedikit berada di daerah Kalimantan Utara dengan jumlah penduduk sebanyak 692.239 jiwa (Direktorat Kependudukan dan Pencatatan Sipil, 2021).

Pertumbuhan penduduk merupakan nilai keseimbangan di dunia yang akan dipengaruhi oleh jumlah bayi yang lahir tetapi dalam bersamaan dikurangi dengan jumlah kematian yang dapat dialami oleh seluruh golongan umur. Seiring berkembangnya jumlah penduduk di Indonesia maka terdapat peningkatan juga pada angka kelahiran. Apalagi di masa pandemi covid-19 ini kepala BKKBN memprediksi adanya peningkatan angka kelahiran dikarenakan pandemi ini. Hasto menyebutkan bahwa, menurut data BKKBN, angka kelahiran nasional pada Januari 2021 meningkat sekitar tiga ratus ribu (Sleman, 2021). Pemerintah mengeluarkan beberapa program dalam menanggulangi peningkatan *fertility rate* yang akan terjadi di masa pandemi seperti program KB, demi menekan angka kelahiran pada masa pandemi ini. Indonesia dalam kondisi normal memiliki angka kelahiran kurang lebih 5 juta per tahun, hal ini pun sudah menjadi beban untuk negara dalam mengantisipasi adanya lonjakan

penduduk di masa yang akan datang jika terjadinya peningkatan angka kelahiran akibat pandemi ini (Utama, 2020).



Gambar 1.1 Komposisi Penduduk

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2020)

Dalam sensus tahun 2020, BPS mencatat jumlah penduduk Indonesia sebanyak 270,20 juta jiwa. Angka itu mencerminkan pertambahan penduduk sebanyak 32,56 juta jiwa dari sensus sebelumnya yang digelar tahun 2010. Rata-rata terdapat pertambahan penduduk sebanyak 3,26 juta jiwa setiap tahunnya, sebanyak 1,25% per tahunnya. Berdasarkan **Gambar 1.1** dapat dilihat bahwa jumlah anak-anak terhitung berumur 0-17 tahun memiliki jumlah 38.82% atau sebanyak 84 juta jiwa penduduk Indonesia pada tahun 2016 adalah anak-anak, artinya satu diantara tiga penduduk Indonesia adalah anak-anak. Laju pertumbuhan penduduk tercatat terus mengalami peningkatan, setiap meningkatnya angka penduduk di Indonesia akan berpengaruh dalam jumlah konsumsi yang akan berdampak bagi ekonomi di Indonesia (Rahmattullah, 2015)



Gambar 1.2 Laporan Kelahiran bulan Maret 2020 DKI Jakarta

Sumber: (Statistik Jakarta, 2020)

Dalam **Gambar 1.2** dapat dilihat jumlah angka kelahiran di DKI Jakarta pada bulan Maret 2020. Seperti yang diketahui sebelumnya bahwa daerah Jawa mendominasi angka kelahiran di Indonesia yang merupakan salah satu daerah di Jakarta. Persentase ini merupakan total dari semua pelaporan kelahiran setiap wilayah. Jumlah pelaporan kelahiran ini bahkan melebihi jumlah pelaporan kematian pada bulan tersebut. Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kementerian Dalam Negeri (Ditjen Dukcapil Kemendagri) menunjukkan pergerakan data statistik kependudukan berupa jumlah penduduk yang lahir sepanjang empat bulan terakhir. Pada November 2020 tercatat sebanyak 170,278 bayi lahir. Kemudian awal tahun 2021 pada Januari tercatat jumlah bayi lahir sebanyak 113.057 jiwa. Pada Februari 2021, jumlah bayi lahir sebanyak 71.291 jiwa. Sehingga selama 4 bulan sejak November 2020 hingga Februari 2021 jumlah pertambahan penduduk Indonesia sebanyak 501.319 jiwa (Prihatin, 2021). Selama pandemi Covid-19 juga memicu angka kelahiran di Indonesia, persentase kenaikan angka natalitas mencapai 17,5% dan secara rata-rata dalam satu tahun yang dikatakan oleh Deputi Bidang Pengendalian Penduduk, Dr.Ir.Dwi Listyawardani bahwa angka kelahiran di Indonesia pada tahun ini tercatat cukup tinggi, ada tambahan

400-500 ribu kelahiran di Indonesia per tahun. Biasanya di Indonesia terdapat 4-5 juta kelahiran per tahun (Kangsaputra, 2020).

Porsi Penghasilan untuk Konsumsi (%)



Gambar 1.3 Porsi Penghasilan untuk Konsumsi

Sumber: (Setiaji, 2021)

Pertumbuhan daya beli konsumsi penduduk akan meningkat seiring adanya angka kelahiran maka pertumbuhan konsumsi rumah tangga akan meningkat. Peningkatan konsumsi rumah tangga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia khususnya kepada golongan kelas menengah. Kelas menengah Indonesia telah menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi karena konsumsi oleh kelompok ini 12% setiap tahun sejak tahun 2002 dan sekarang mewakili hampir setengah dari konsumsi rumah tangga di Indonesia (The World Bank, 2020). Dalam **Gambar 1.3** menjelaskan bahwa dalam kelompok pengeluaran terdapat kenaikan konsumsi pada akhir tahun 2020 sebanyak 5,7%. Pada Januari 2021, kelompok dengan pengeluaran 2-1,3 juta per bulan mengalokasikan 75,1% pendapatannya sebagai kebutuhan konsumsi. Dalam data yang ditemukan oleh Bank Dunia, pengeluaran terbesar di Januari 2021 berada dari kelas menengah. Kelompok kelas menengah ini merupakan penggerak konsumsi, penopang perekonomian di Indonesia (Setiaji, 2021). Pendapatan yang dimiliki kelas menengah sangat penting dalam menunjang pertumbuhan ekonomi

dan pada kelas menengah ini memiliki potensi dalam memberikan nilai konsumsi yang berkualitas bagi perkembangan anak-anak untuk tiap kepala keluarga dengan golongan menengah. Dengan memiliki pendapatan yang tinggi maka nilai konsumsi akan meningkat diikuti dengan kualitas yang terbaik untuk kebutuhan mereka. Salah satu kualitas konsumsi akan mempengaruhi pertumbuhan kembang bayi dari kualitas konsumsi yang mereka dapatkan untuk memenuhi setiap gizi.

Kualitas makanan untuk balita hingga anak-anak perlu diperhatikan dalam menanggulangi setiap kebutuhan nutrisi pada usia yang masih dini. Pada setiap golongan kelas pasti ingin memberikan makanan untuk anak yang terbaik. Salah satu kebutuhan bayi adalah MPASI, MPASI merupakan makanan pendamping ASI yang diberikan saat anak mulai memasuki usia 6 bulan. Khususnya kelompok golongan menengah ke atas dengan pendapatan yang lebih, MPASI dengan kualitas yang baik merupakan kebutuhan khusus yang menjadi daya tarik untuk diberikan kepada balitanya. Pemberian MPASI bukanlah hal yang mudah untuk diatur secara mandiri oleh para ibu tanpa memperhatikan kebutuhan nutrisi yang khusus untuk anak. MPASI yang diberikan terlalu dini untuk balita akan menimbulkan resiko saluran pencernaan karena beberapa balita belum bisa mencerna makanan padat sehingga menimbulkan gangguan pencernaan. Begitu juga sebaliknya, jika terlalu lambat diberikan MPASI dapat menyebabkan kebutuhan gizi yang tidak terpenuhi. Dalam pembuatan MPASI perlu dibutuhkan nutrisi yang seimbang terdiri dari energi, protein dan mikronutrien yang cukup untuk memenuhi kebutuhan nutrisi anak yang sedang tumbuh. Lalu, yang perlu diperhatikan dari makanan untuk balita adalah teksturnya, pemberian tekstur MPASI usia 6-8 bulan dengan tekstur lumat kental, 9-12 bulan dengan tekstur lembek dan usia 12-24 bulan anak-anak diperbolehkan mengkonsumsi makanan keluarga pada umumnya (Detik Health, 2020).

Pemenuhan kualitas konsumsi pada anak-anak akan mempengaruhi kualitas gizi pada pertumbuhan anak-anak. Indonesia sendiri memiliki masalah gizi yang tinggi, saat ini sudah ada lebih dari 2 juta anak menderita gizi buruk dan lebih dari 5 juta anak dibawah usia 5 tahun mengalami stunting, yaitu akibat dari kekurangan gizi yang cukup

kronis (UNICEF, 2020). Pembangunan Sumber Daya Manusia menjadi fokus Presiden Joko Widodo di periode kedua masa pemerintahannya. Pembangunan SDM erat dengan asupan gizi setiap individu. Kementerian Kesehatan akan fokus pada peningkatan gizi masyarakat. Seiring perkembangan tiap tahunnya di Indonesia berdasarkan hasil Riset Kesehatan Dasar, kondisi gizi anak telah menunjukkan perbaikan. Pada masalah *stunting* terjadi penurunan prevalensi pada anak balita dari 37,21% di tahun 2013 menjadi 30,79% tahun 2018. Selain itu perbaikan gizi juga dari penurunan kekurangan gizi pada anak balita dari 19,6% pada 2013 menjadi 17,68% pada 2018 (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2019). Dengan perbaikan kebutuhan konsumsi anak yang menuju hal positif dapat dilihat dari kebutuhan konsumsi penduduk yang terlihat meningkat menuju baik dan semakin banyak masyarakat Indonesia masuk ke dalam golongan menengah ke atas. Banyak penduduk yang sudah masuk ke dalam golongan kelas menengah ini meningkatkan daya beli mereka menjadi lebih kualitas, untuk beberapa masyarakat yang memiliki anak mulai memperhatikan nilai gizi setiap anaknya untuk menerima setiap asupan dengan gizi seimbang. Saat ini, lebih dari 50 juta rakyat Indonesia tergolong kelas menengah atas dan 120 juta penduduk merupakan calon kelas menengah (kelas menengah harapan) yakni kelompok yang tidak lagi miskin dan menuju kelas menengah yang lebih mapan. Pemerintah juga terus melakukan ajakan untuk mendorong kelas menengah untuk berkembang dalam meningkatkan ekonomi di Indonesia karena untuk golongan kelas menengah memiliki potensi dalam hal itu (Kementrian Kesehatan RI, 2019).

Dalam membantu kebutuhan gizi anak Indonesia pada usia balita dengan kebutuhan nutrisi dalam bentuk MPASI, perusahaan PT Menggapai Bintang Angkasa yang kerap dikenal dengan Grouu memberikan layanan Catering MPASI untuk beberapa daerah di Indonesia dalam membantu para penduduk berkeluarga yang memiliki balita di Indonesia dapat memberikan nutrisi yang seimbang untuk balitanya. Perusahaan ini merupakan perusahaan pada bidang makanan dan minuman yang berdiri sejak tahun 2020. Grouu berdiri di tengah pandemi, sehingga membangun minat para keluarga kelas menengah yang umumnya aktif dalam mencari nafkah untuk keluarga,

sehingga Grouu menjadi pilihan keluarga untuk memenuhi kebutuhan balita. Grouu mempermudah para keluarga dalam memenuhi setiap nutrisi anak dalam masa MPASI karena Grouu memiliki *in-house nutritionist* dan *chef* yang menanggulangi setiap nutrisi agar sesuai dengan kebutuhan anak, serta dapat dipercaya oleh konsumen karena sudah memiliki sertifikasi layak sehat yang didapatkan dari Dinas Kesehatan DKI Jakarta.

Grouu merupakan salah satu perusahaan yang berusaha meningkatkan ekosistem pertumbuhan keluarga di Indonesia menjadi lebih berkualitas. Grouu berusaha untuk mengembangkan setiap citra produk dan jasa yang berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen, serta berusaha untuk menginovasi setiap produk yang ada untuk memberikan yang terbaik. Grouu berkomitmen untuk memberikan solusi dari setiap tantangan yang dihadapi orang tua terhadap kebutuhan balita agar dapat memberikan terbaik untuk orang tua di Indonesia, dengan bentuk solusi yang dimulai dari masa MPASI balita.

Selama praktik kerja magang di PT Menggapai Bintang Angkasa (Grouu), penulis memiliki kesempatan untuk belajar di dalam divisi *Business Development*. Dalam divisi ini, penulis bertanggung jawab untuk membuat suatu pengembangan dalam segi bisnis di masa yang akan datang dan juga bekerjasama dengan beberapa brand, serta mengkomunikasikan setiap produk sebagai bentuk informasi kepada brand. Grouu merupakan perusahaan yang baru berjalan sekitar 1 (satu) tahun, sehingga masih memiliki perjalanan dan pengenalan yang panjang untuk menarik potensi konsumen yang lebih besar. Tugas dari bagian *Business Development* membuat strategi untuk di masa yang akan datang agar menarik konsumen yang lebih luas kembali dan memikirkan setiap peluang yang ada dalam memasarkan produk agar dapat lebih banyak lagi dijangkau oleh seluruh keluarga di Indonesia. Pada divisi *Business Development* ini merupakan divisi yang sering berhubungan dengan pihak luar sebagai bentuk *partnership* dalam bentuk strategi penjualan agar dapat menarik konsumen baru dan meningkatkan *awareness* konsumen.

Mengenai pentingnya *awareness* pada perusahaan baru merupakan proses yang penting dalam meningkatkan penjualan dan produktivitas perusahaan. Maka dari itu,

penulis berusaha untuk berkontribusi yang terbaik dalam membangun citra perusahaan selama praktik kerja magang dilakukan. Penulis mengangkat laporan magang ini dengan judul “Peran *Business Development* dalam meningkatkan *Brand Awareness* PT Menggapai Bintang Angkasa (Grouu)”

1.2 Pokok Permasalahan

Rumusan masalah selama praktik kerja magang di perusahaan PT Menggapai Bintang Angkasa adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana proses dalam mempersiapkan, mengimplementasi, dan evaluasi dalam setiap pengembangan bisnis dalam PT Menggapai Bintang Angkasa
- b. Bagaimana proses penjalinan *Partnership* dengan pihak eksternal di PT Menggapai Bintang Angkasa
- c. Bagaimana mengkomunikasikan *General Introduction Company Profile* dalam menjalin kerjasama dengan mitra bisnis di PT Menggapai Bintang Angkasa

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.3.1 Maksud Kerja Magang

Maksud dari praktik kerja magang ini adalah untuk pemenuhan kewajiban akademis dengan Mata Kuliah *Internship* yang mempunyai bobot sebesar 4 sks sebagai salah satu syarat kelulusan (S1) dari Universitas Multimedia Nusantara. Mahasiswa diwajibkan untuk melakukan praktik kerja magang minimal 60 hari kerja dengan harapan mendapatkan bekal ilmu pengalaman saat memasuki lingkungan dunia kerja yang sesungguhnya.

Praktik kerja magang menjadi proses pembelajaran yang diharapkan dapat menjadi sarana penulis dalam menerapkan dan mengimplementasikan teori-teori yang telah diterima saat perkuliahan ke dalam dunia kerja. Dalam hal ini, penulis berharap dapat berkontribusi dalam proses kerja dari PT Menggapai Bintang Angkasa (Grouu).

1.3.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dilakukannya Praktik Kerja Magang di PT Menggapai Bintang Angkasa (Grouu) sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu syarat untuk pemenuhan mata kuliah *Internship* dan sebagai syarat kelulusan Sarjana (S1) dari Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mendapatkan wawasan berupa ilmu dan pengalaman, serta mengembangkan teori yang sudah didapatkan melalui perkuliahan dari Universitas Multimedia Nusantara ke dalam praktek kerja Magang.
3. Untuk menambah pengalaman proses kerja nyata dalam perusahaan untuk menjadi bekal kerja di masa yang akan datang.
4. Dapat memahami dinamika kerja nyata di perusahaan PT Menggapai Bintang Angkasa (Grouu) dan turut serta berkontribusi dalam bekerja.

1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.4.1 Waktu Kerja Magang

Praktik Kerja Magang dilakukan sesuai dengan Standar kelulusan selama 3 bulan atau 60 hari kerja dari bulan April 2021 hingga Juli 2021. Berikut merupakan data pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis:

Nama Perusahaan	: PT Menggapai Bintang Angkasa (Grouu)
Bidang Usaha	: <i>Food and Beverages</i> (MPASI)
Waktu Pelaksanaan	: 12 April 2021 - 12 Juli 2021
Hari Kerja	: Senin - Jumat, Sabtu
Waktu Kerja	: 09.00 - 17.00 WIB
Posisi Magang	: Business Development
Alamat Perusahaan	: Jl KH Moh Mansyur No 120L, Jakarta Barat

1.4.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang di PT Menggapai Bintang Angkasa (Grouu) dari sebelum kerja magang hingga selesai kerja magang. Prosedur terdiri dari 3 tahap, yaitu:

1. Tahap Awal

- Mencari lowongan kerja magang di bidang Business Development, Marketing, dan Operational melalui platform online dan rekan teman maupun keluarga.
- Mempersiapkan CV dan mengajukan transkrip nilai sementara ke Student Service untuk kebutuhan rekrutmen dan Surat Pengantar Magang (KM 2).
- Mendapatkan informasi lowongan magang dari dosen untuk melakukan praktik kerja magang di PT Menggapai Bintang Angkasa (Grouu).
- Mengisi formulir permohonan kerja magang (KM 1) dan ditandatangani oleh Ketua Program Studi Manajemen.
- Mengajukan surat pengantar kerja magang (KM 2) ke Ibu Widya, dengan melampirkan Surat Penerimaan Magang dari perusahaan dan transkrip nilai sementara.
- Melakukan interview dengan Ibu Jessica Marthin dan membawa surat pengantar kerja magang.
- Penulis diterima menjadi karyawan magang di bagian *Business Development* PT Menggapai Bintang Angkasa (Grouu).

2. Tahap Pelaksanaan

- Menyerahkan surat keterangan diterima magang kepada pihak Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, dan mendapatkan dokumen KM 3 hingga KM 7 dari perusahaan.

- Mendapatkan penjelasan posisi kerja dan aturan perusahaan serta protokol kesehatan yang berlaku.
 - Melakukan pengisian absensi harian dan keterangan pekerjaan yang dilakukan setiap minggunya.
 - Mendapatkan dosen pembimbing yang telah ditunjuk dan mendapatkan pembekalan mengenai proses penyusunan laporan magang.
3. Tahap Akhir
- Menyusun laporan kerja magang sebagai pemenuhan mata kuliah *Internship*.
 - Pengesahan laporan kerja magang oleh dosen pembimbing
 - Menyerahkan laporan kerja magang kepada pembimbing lapangan dan direktur perusahaan, dan mendapatkan penilaian pelaksanaan kerja magang.
 - Melakukan sidang kerja magang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan kerja magang yang berjudul **“PERAN DIVISI *BUSINESS DEVELOPMENT* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PT MENGGAPAI BINTANG ANGKASA”**

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai informasi latar belakang dari industri secara garis besar, serta pokok permasalahan yang diambil, maksud dan tujuan magang, waktu dan prosedur kerja magang, dan sistematika penulisan laporan kerja magang di PT Menggapai Bintang Angkasa (Grouu).

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai informasi perusahaan secara umum dengan memperlihatkan profil perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi dan sejarah singkat perusahaan.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini menjelaskan pelaksanaan dari praktik kerja magang, penulis menjelaskan posisi kedudukan dalam perusahaan, proses selama kerja magang, serta kendala dan solusi yang dialami selama proses praktik kerja magang.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil praktik kerja magang disesuaikan dengan pokok permasalahan serta teori yang diajarkan dapat dituangkan dalam praktek kerja nyata di PT Menggapai Bintang Angkasa (Grouu). Penulis juga memberikan saran untuk perusahaan terkait kendala yang ditemukan selama praktik kerja magang.