

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di Indonesia dewasa ini menjadi suatu fenomena yang horror. Hal ini terjadi akibat munculnya virus baru yang dapat menyebar secara cepat dan menjangkit seluruh dunia dalam waktu singkat yaitu *CoronaViruses* (CoV) atau yang kita kenal sebagai COVID-19. Pertama kali ditemukan di Wuhan, China dan menyebar dengan cepat ke 34 provinsi di Indonesia sejak 9 April 2020 yang lalu. Berbagai upaya pun dilakukan guna mencegah penularan virus tersebut, setidaknya terdapat dua hal yang menjadi kunci dalam pengendalian virus ini yaitu dengan menjaga jarak satu sama lain dan juga himbuan untuk rajin mencuci tangan dengan sabun. Selain itu pemerintah juga menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), himbuan untuk *Stay at Home/Work From Home*, lalu dilanjutkan dengan Perlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Hal ini tentunya menyebabkan sektor UMKM terdampak cukup parah. Fakta ini diperkuat dengan ungkapan Aviliani dari Ekonom *Institute for Development of Economic and Finance* (INDEF) yang mengungkapkan bahwa sektor UMKM menjadi sektor pertama yang terdampak akibat pandemi COVID-19 (Rosita, 2020).

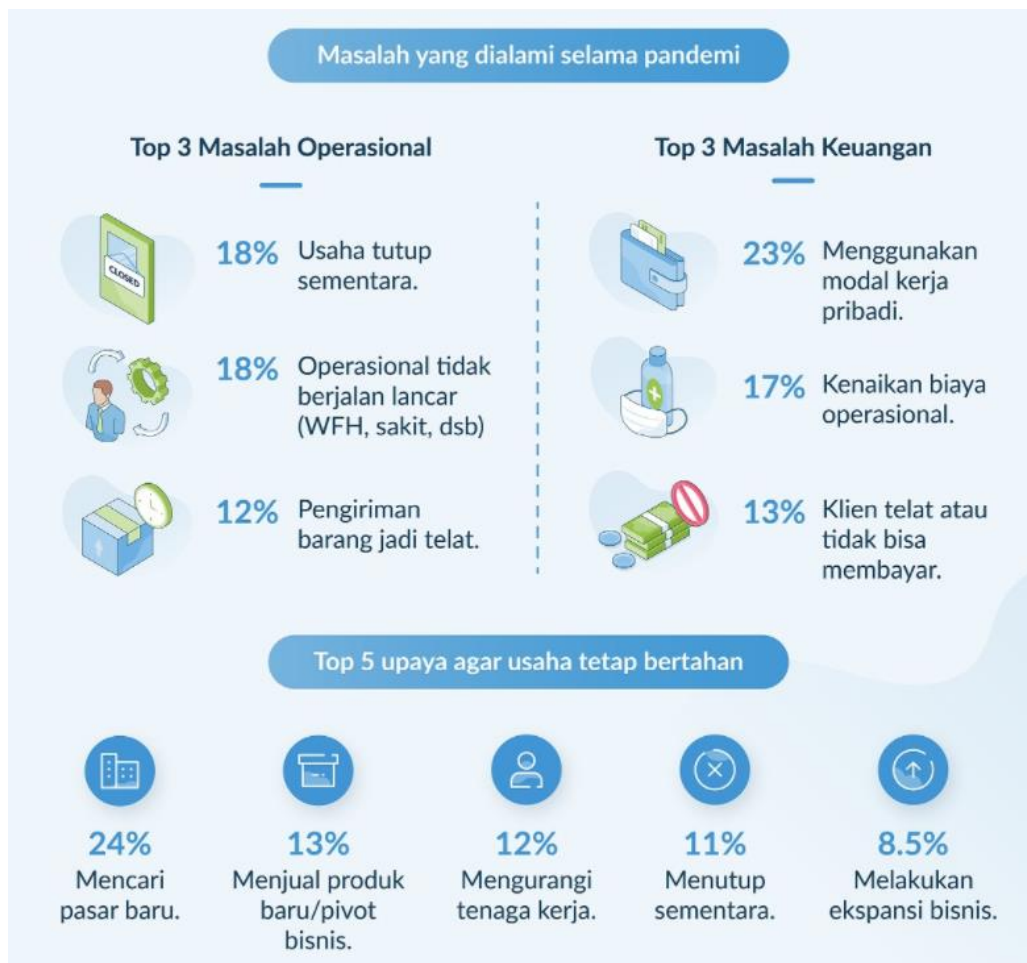
U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 1.1 Hasil Survey Jumlah UMKM Yang Terdampak Covid-19 oleh SMESCO

Sumber : <https://www.beritasatu.com/ekonomi/698453/umkm-sektor-kuliner-jasa-dan-konveksi-paling-terdampak-pandemi> , 2020

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas ditunjukkan bahwa dari survey yang dilakukan oleh SMESCO kepada lebih dari 3000 UMKM di Indonesia, sebanyak 43% paling berdampak pada sektor pangan/kuliner, lalu dilanjutkan dengan 26% di sektor jasa, dan sektor fashion menempati peringkat ke 3 paling terdampak sebesar 13%. Meski sebagian besar UMKM melakukan pemasaran online dan offline tetap tidak memperbaiki kegiatan usaha karena efek pandemic ini mengakibatkan penurunan daya beli konsumen (Baskoro, 2020).



Gambar 1.2 Hasil Survey Masalah dan Upaya UMKM Selama Pandemi oleh SMESCO

Sumber : <https://www.beritasatu.com/ekonomi/698453/umkm-sektor-kuliner-jasa-dan-konveksi-paling-terdampak-pandemi> , 2020

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa 3 masalah terbesar pada kegiatan operasional UMKM di Indonesia adalah sebanyak 18% usaha mau tidak mau harus menutup sementara usahanya, dan 18% lainnya adalah kegiatan operasional yang tidak optimal karena himbauan *Work From Home* dan jumlah karyawan yang sakit semakin banyak, serta 12% lainnya terhambat dalam pengiriman barang. Selain itu terdapat 3 masalah terbesar dalam hal keuangan dimana 23% UMKM harus mengorbankan aset pribadinya untuk keberlangsungan

usahanya, dan 17% mengalami kenaikan biaya operasional, serta yang terakhir adalah sebanyak 13% klien telat atau tidak bisa membayar jasa usahanya.

Disisi lain terdapat 5 hal yang paling banyak dilakukan pelaku usaha untuk mempertahankan usahanya dimasa pandemi saat ini, dan yang menjadi peringkat pertama ialah kebanyakan dari UMKM di Indonesia mencoba untuk mencari pasar baru, bisa dengan menjual produk yang berbeda ataupun pivot bisnis seperti yang tertera pada peringkat kedua yaitu sebanyak 13% UMKM di Indonesia melakukannya.

Menurut Mirah Ayu selaku Kepala Seksi Humas SMESCO menambahkan bahwa pada saat ini bidang usaha terkait kebutuhan dasar dan kesehatan serta usaha berbasis digital menjadi semakin banyak diminati saat setelah adanya pandemi, seperti *Frozen Food*, Minuman Herbal, *Hand Sanitizer*, Masker dan lainnya yang dapat menunjang gaya hidup masyarakat saat ini (Baskoro, 2020).

Disaat banyaknya usaha yang kesulitan dalam mempertahankan bisnisnya selama pandemic, terdapat salah satu sektor usaha yang justru bersemi ditengah pandemic ini yaitu bisnis *Wedding Organizer*. Meskipun pada awalnya bisnis di sektor ini sempat mengalami penurunan bahkan beberapa ada yang menutup sementara usaha nya. Namun setelah adaptasi kebiasaan baru pada agustus 2020 yang lalu sebagian besar bisnis *Wedding Organizer* perlahan pulih setelah menyesuaikan diri dengan aturan yang berlaku.

Dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat, bisnis ini dapat berjalan kembali dan mendapatkan klien yang lebih banyak dibandingkan sebelum pandemi. Hal ini dikarenakan terdapatnya kesadaran dari klien akan kepraktisan dan keamanan dalam penyelenggaraan acara pernikahan. Menggunakan jasa *Wedding Organizer* juga dapat memudahkan klien dalam mengurus segala keperluan dalam pernikahan serta memberikan saran, arahan, dan bantuan dalam mengeksekusi acara pernikahan dengan praktis namun tetap menjaga protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah.

CV. Alam Mulia merupakan salah satu perusahaan jasa layanan pernikahan yang bertempat di Cipanas yang berfokus pada kegiatan bisnis jasa *Wedding Organizer* untuk target pasar Jabodetabek dan Jawa Barat. Adapun beberapa unit bisnis dalam CV. Alam Mulia ini diantaranya adalah *Serendipity Wedding Organizer* yang berfokus untuk melayani jasa layanan pernikahan, *The Project Event Organizer* yang melayani jasa layanan event selain pernikahan, serta *Kenpastry CakeShop* yang berfokus pada menyediakan produk kue ulang tahun, kue kering dan lainnya.

Perusahaan ini hadir dan mulai beroperasi sejak pertengahan tahun 2019 dan pada saat 2020 lalu pandemi COVID-19 mulai melonjak dan kebanyakan UMKM di Indonesia justru menutup bisnisnya karena penurunan pendapatan yang signifikan dan sisanya masih bertahan menyesuaikan keadaan. Dengan bermodalkan pengalaman owner yang matang dalam mengikuti serta membuat event berskala besar dan persiapan yang matang dari mulai menyusun anggaran, tim karyawan, tim vendor, dan lain lain, serta melihat peluang bisnis pada saat ini memutuskan owner untuk mau mengambil resiko memulai usaha dikala pandemi.

Meskipun faktanya tidak selalu sesuai dengan ekspektasi, terdapat beberapa kendala dalam menarik klien, kesulitan dalam menjangkau klien sering kali disebabkan karena perusahaan kalah *start* dengan kompetitor sehingga klien sudah memilih jasa *Wedding Organizer* lain untuk layanan pernikahannya. Hal ini menjadikan bagian *Marketing Communication* sangat berperan penting dalam melakukan berbagai tindakan untuk menjangkau klien dengan lebih cepat, segala bentuk strategi pemasaran harus dipikirkan agar dapat segera dilirik klien. Saat ini perusahaan masih harus terus berinovasi dalam membuat strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

Oleh karena itu, penulis sangat tertarik untuk melakukan praktek kerja magang di perusahaan CV. Alam Mulia ini, dan penulis juga sangat ingin tau bagaimana peran *Marketing Communication* dalam mempertahankan bisnis ini serta dapat mendatangkan klien lebih banyak lagi. Maka dari itu penulis dapat

menyusun laporan dengan judul “Peran *Corporate Entrepreneurship* pada Persaingan dan Keberlangsungan Bisnis CV.Alam Mulia”

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Adanya Praktek Kerja Magang disetiap Universitas atau Perguruan tinggi bertujuan untuk menciptakan lulusan-lulusan mahasiswa yang siap dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Praktik Kerja Magang juga dapat membantu mahasiswa dalam merealisasikan ilmu yang telah didapat selama pembelajaran dalam kelas pada perusahaan yang dituju untuk memberikan kontribusi dan dapat memajukan perusahaan. Universitas Multimedia Nusantara menjadi salah satu institusi pendidikan yang mewajibkan setiap mahasiswa untuk mengikuti Praktik Kerja Magang sebelum dinyatakan lulus perkuliahan. Adapun tujuan-tujuan lain dari dilakukannya praktek kerja magang diantaranya:

1. Memahami secara langsung praktek kerja dalam suatu perusahaan
2. Berlatih dalam menganalisis dan menangani suatu permasalahan yang ada dalam perusahaan
3. Meningkatkan kemampuan dan keterampilan mahasiswa dalam berpikir kritis dan kreatif untuk menciptakan inovasi dari masalah yang dihadapi dalam perusahaan.
4. Mendapatkan pengalaman kerja dan pengembangan diri untuk menghadapi dunia kerja yang semakin kompleks

1.3 Waktu Pelaksanaan Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Praktek kerja magang yang berjalan selama kurang lebih 3 bulan dengan total 60 hari kerja dijabarkan sebagai berikut:

Nama Perusahaan	: CV. Alam Mulia
Bidang Usaha	: Penyedia Jasa Layanan Pernikahan
Alamat Kantor	: Jl. Marwati RT02/06 No.44 Cipanas

Periode Magang : 1 Agustus 2021 s/d 31 Oktober 2021

Waktu Kerja : Fleksibel (*Work From Home*)

Penempatan : *Marketing Communication*

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang adalah ketentuan tahapan yang perlu diikuti dan diselesaikan oleh penulis untuk dapat melakukan praktek kerja magang. Terdapat prosedur tertulis yang ada pada buku panduan magang prodi manajemen. Berikut prosedur yang telah dilakukan penulis untuk dapat melakukan praktek kerja magang diantaranya:

1. Mengajukan *Curriculum Vitae* (CV) kepada owner CV. Alam Mulia
2. Memenuhi Panggilan Interview yang dilakukan oleh owner CV. Alam Mulia
3. Mendapatkan Surat Keterangan Magang dari perusahaan CV. Alam Mulia yang terhitung mulai dari 1 Agustus s/d 31 October 2021
4. Mulai efektif bekerja dari tanggal 1 Agustus 2021, dihari pertama kerja diberikan pemahaman dasar akan tugas-tugas yang perlu dilakukan
5. Tanggal 31 October 2021 merupakan hari terakhir kerja magang.
6. Melengkapi keperluan dokumen yang berhubungan dengan pekerjaan seperti kartu magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang, dan formulir verifikasi kerja magang
7. Melakukan bimbingan praktik kerja magang dengan dosen pembimbing Dr Prio Utomo sebanyak 6 kali sesuai yang dianjurkan dalam buku panduan praktik kerja magang
8. Menyelesaikan laporan praktik kerja magang dari pekerjaan magang yang telah dilakukan sesuai buku panduan praktik kerja magang prodi manajemen
9. Melakukan sidang kerja magang sebagai salah satu bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan program kerja magang

10. Menyerahkan laporan praktik kerja magang ke BAAK yang telah direvisi dan disetujui oleh dosen pembimbing dan ketua program studi manajemen

1.4 Sistematika Penulisan

Berdasarkan kerangka laporan ini terdiri dari 4 (empat) bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat penjelasan mengenai latar belakang permasalahan, maksud dan tujuan kerja magang, serta waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini terdapat penjelasan mengenai penjabaran umum tentang perusahaan dari mulai berdirinya perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, serta nilai yang menjadi kelebihan perusahaan. Selain itu terdapat juga tinjauan pustaka yang berisi teori-teori terkait pekerjaan yang dilakukan

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini terdapat penjelasan tentang praktek kerja magang yang telah dilakukan yang dimulai dari penjelasan tentang kedudukan penulis dalam perusahaan, penjelasan tentang tugas tugas yang dikerjakan, dan kendala yang dihadapi serta solusi untuk kendala tersebut.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari teori yang telah dipelajari diperkuliahan yang dikaitkan dengan apa yang terjadi dalam dunia kerja. Serta terdapat saran yang berkaitan dengan topik kerja magang.