

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan antar perusahaan dapat dilihat dari industry sektor industry. Perusahaan bersaing untuk meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat bertahan dan bersaing dari pesaingnya. Salah satu dari industry yang berperan di Indonesia adalah industri keuangan. Industri keuangan semakin meningkatkan persentasenya, hal ini mengacu pada statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK), laba bersih industry *multifinance* tumbuh 23,74% Year Over Year (YOY) pada kuartal III-2022 menjadi Rp 14,32 triliun. Lebih tinggi dibandingkan kuartal III-2021 sebesar Rp 11,57 triliun.

Lembaga keuangan bank dan non-bank memegang peranan penting dalam sistem keuangan suatu negara dengan menjaga stabilitas keuangan dalam perekonomian negara. Dengan demikian, lembaga keuangan perbankan dan non-perbankan menjadi bagian dari penopang stabilitas keuangan. Fungsi lembaga ini mirip dengan lembaga keuangan bank, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada pihak yang memerlukan. Manfaat lembaga keuangan non-bank adalah untuk memajukan sistem ekonomi masyarakat, terutama untuk memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat yang tidak dapat dipenuhi oleh fungsi lembaga perbankan.

Kini sudah banyak pelaku UKM yang mengajukan pinjaman melalui perusahaan pembiayaan. Hal ini memiliki potensi besar bagi industri perusahaan keuangan Indonesia. Sebagai lembaga keuangan mikro, PT Esta Dana Ventura memainkan peran yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat karena berhubungan langsung dengan kegiatan yang dilakukan masyarakat. Upaya yang dilakukan salah satunya melakukan pemberdayaan kelompok melalui pengembangan keuangan mikro. Model ini menyediakan layanan keuangan kepada *stakeholder* yang beroperasi di sektor terkecil dan tidak memiliki akses layanan perbankan karena memiliki keterbatasan pengetahuan dan kemampuan untuk

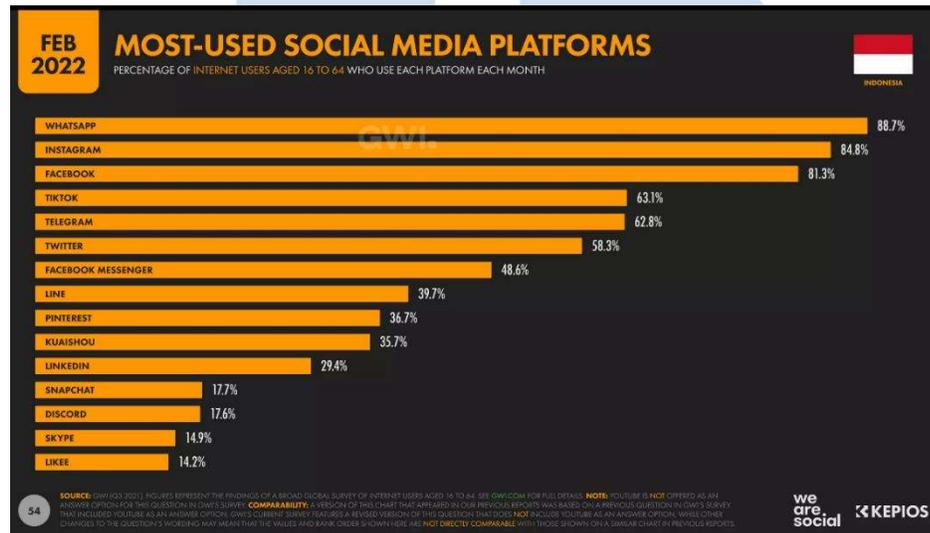
memenuhi persyaratan prosedural perbankan. Untuk itu, beberapa pertimbangan perlu diperhatikan dalam membangun sistem keuangan yang memperhatikan kepentingan usaha kecil.

PT Esta Dana Ventura memfasilitasi pembiayaan produktif bagi usaha mikro di seluruh wilayah Indonesia. Pada kuartal pertama tahun 2022, Esta Dana Ventura telah menyalurkan pinjaman produktif lebih dari Rp 225 Miliar. Pinjaman produktif tersebut disalurkan kepada pelaku usaha mikro, khususnya perempuan dari keluarga prasejahtera. Esta Dana Ventura tidak hanya fokus pada penyaluran pinjaman produktif, namun juga ikut memberdayakan masyarakat sekitar dan membantu masyarakat dari berbagai lapisan masyarakat melalui program CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Dalam membantu *stakeholders* menjangkau bisnis perusahaan, maka PT Esta Dana Ventura memanfaatkan *Social Media Marketing* dalam melakukan pencarian produk atau jasa yang dibutuhkan. Menurut Tuten & Solomon (2018, p. 72) *social media marketing* adalah penggunaan media sosial untuk memfasilitasi pertukaran antara konsumen dan organisasi. Ini merupakan hal penting bagi pemasar karena menyediakan akses murah ke konsumen dan variasi cara untuk berinteraksi dan melibatkan konsumen pada titik yang berbeda. Melalui media sosial dapat merubah hidup konsumen, demikian juga untuk perusahaan yang memasarkan bisnisnya. Terdapat beberapa fokus dalam *social media marketing* seperti halnya untuk meningkatkan *customer service*, mempertahankan hubungan dengan pelanggan dengan baik, mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan.

Dengan demikian, *social media marketing* menjadi salah satu inovasi dan keberhasilan bagi perusahaan untuk mempromosikan bisnis secara efisien dengan tidak langsung bertemu dengan konsumen dan efisiensi dalam biaya promosi, karena tidak perlu membutuhkan biaya yang besar. Selain itu, kelebihan lain yang dimiliki strategi *social media marketing* yaitu memiliki jangkauan yang lebih luas serta meningkatkan kesadaran merek, salah satunya yaitu menyajikan konten yang akan dilihat oleh konsumen agar lebih mudah untuk menyebarluaskan produk atau

jasa yang ditawarkan. Dengan begitu, media sosial sangat penting bagi perusahaan untuk memperoleh partisipasi dari bisnis dan konsumen. (Tarihoran, et al., 2021).



(Sumber: datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia)

Gambar 1. 1 Most-Used Social Media Platform

Dalam melakukan strategi marketing pada media sosial, PT Esta Dana Ventura memanfaatkan dua platform, diantaranya Instagram dan Facebook. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan We Are Social disebutkan bahwa platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia, Instagram berada posisi kedua dengan sebanyak 84,8 % sedangkan penggunaan media sosial Facebook sudah mencapai 81,3% dari total populasi pada Februari 2022 dengan pengguna yang berumur 16 sampai 64 tahun. PT Esta Dana Ventura menyesuaikan dengan penggunaan platform media sosial yang ada. Instagram merupakan salah satu media yang memiliki banyak fitur menarik seperti penggunaan foto dan video. Menurut (Kennedy, 2015) media sosial memiliki banyak potensi dan akan membantu dalam peningkatan basis pelanggan. Perusahaan dengan mudah untuk menjangkau yang pelanggan dari aspek manapun.

Penulis bertanggung jawab pada bagian *Social Media Marketing* dalam divisi *Marketing Communications* di PT Esta Dana Ventura. Penulis ingin mempelajari aktivitas media sosial yang dilakukan dan apa saja strategi dalam meningkatkan pemasaran PT Esta Dana Ventura.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Magang

Maksud dari pelaksanaan kerja magang yang dilakukan di PT Esta Dana Ventura merupakan salah satu syarat kelulusan. Adapun tujuan dilaksanakannya praktik kerja magang sebagai berikut:

1. Mengetahui aktifitas *Social Media Marketing* yang dilakukan oleh PT Esta Dana Ventura
2. Mengasah keterampilan teknis dalam bidang *Social Media Marketing* PT Esta Dana Ventura
3. Mengasah keterampilan non-teknis dalam bidang *Social Media Marketing* PT Esta Dana Ventura

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik magang terhitung selama minimal 60 hari kerja atau sudah sesuai dengan tanggal efektif periode magang ketentuan Universitas Multimedia Nusantara yaitu tanggal 22 Agustus 2022 – 6 Desember 2022. Praktik kerja magang dilakukan secara *work from office* dengan alamat Synergy Building, Alam Sutera, Tangerang. Durasi praktik kerja magang posisi Marketing Communication Intern di Esta Dana Ventura menurut perjanjian magang sebagai berikut.

Hari Kerja : Senin – Jumat

Waktu Kerja Efektif : 08.00 – 17.00 WIB

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang di Esta Dana Ventura dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan Universitas Multimedia Nusantara dan juga perusahaan Esta Dana Ventura. Adapun prosedur pada pelaksanaan magang adalah sebagai berikut:

- 1) Pada 30 Juni 2022, mengirimkan *resume* beserta portofolio yang telah dibuat melalui Jobstreet kepada Esta Dana Ventura.
- 2) Mendapat undangan dari *Talent Acquisition* Esta Dana Ventura untuk melakukan Interview dengan HR dan *User*.
- 3) Pada tanggal 1 Juli 2022 melakukan *Interview* menggunakan Google Meet pada pukul 14.00 WIB.
- 4) Pada 6 Juli 2022, penulis dinyatakan lolos sebagai *Marketing Communications Internship*.
- 5) Hari pertama magang dilakukan pada 7 Juli 2022 dengan alamat Synergy Building, Alam Sutera dan mendapatkan surat penerimaan kerja magang.
- 6) Mengajukan KM-01 kepada Universitas Multimedia Nusantara setelah melakukan KRS semester ganjil.
- 7) Mendapatkan KM-02 yang telah disetujui oleh Kepala Program Studi untuk perusahaan Esta Dana Ventura pada tanggal 24 Agustus 2022.
- 8) Melengkapi KM-03 hingga KM-07 selama magang berlangsung sebagai pelengkap dalam laporan kerja magang.
- 9) Sidang laporan hasil kerja magang.

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