

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis pada industri *food and beverages* akhir-akhir ini semakin digandrungi oleh masyarakat, salah satunya adalah bisnis *cafe*. Hal ini dapat kita lihat dari munculnya banyak bisnis baru yang bergerak pada industri *food and beverages* terutama di Indonesia. Menurut Rachmawati (2011), terdapat bermacam-macam bisnis pada industri makanan, diantaranya adalah bisnis restoran dan bisnis catering yang populer misalnya *coffee shop*, *bakery*, *steak house*, dan *Cafe*. Hubungan antara manusia dengan kebutuhan pokok seperti makan dan minum menjadi salah satu alasan mengapa bisnis ini menjadi primadona bagi banyak pebisnis. Dengan begitu, seiring dengan berjalannya waktu, bisnis dibidang makanan mempunyai kecenderungan untuk terus meningkat.

Faktor-faktor diatas menjadi salah satu alasan munculnya banyak bisnis yang bergerak pada industri *food and beverages*, salah satunya Pondok Alam yang berfokus pada bisnis *cafe* di daerah Sosok. Saat ini, bisnis Pondok Alam baru berdiri selama lebih dari 4 tahun dengan strategi untuk tetap mempertahankan konsepnya sebagai *cafe* dengan tema alam dan natural. Namun, kemunculan banyak kompetitor baru dan kebutuhan bisnis ini untuk terus berkembang dan mempertahankan eksistensinya menjadi alasan mengapa Pondok Alam membutuhkan kegiatan *marketing* untuk meningkatkan kegiatan dan *value* dari bisnisnya, agar dapat tetap terus bertahan menghadapi segala ancaman yang ada dan menjangkau lebih banyak pelanggan sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas, terutama di daerah Kalimantan Barat.

Menurut Hastuti (2013), kemunculan berbagai bisnis baru pada bidang yang sama nantinya akan memberikan motivasi bagi para pemilik *cafe* untuk menghadirkan strategi-strategi dalam menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian. Berdasarkan pendapat dari Tull & Kahle dalam Tjiptono (2009), strategi yang dilakukan oleh pebisnis juga termasuk dalam upaya menciptakan loyalitas

pelanggan, pengembang bisnis perlu memiliki strategi untuk dapat memasarkan produknya melalui strategi pemasaran yang merupakan alat fundamental yang terencana dalam mencapai tujuan perusahaan untuk mengembangkan keunggulan bersaingnya. Upaya lain yang dapat dilakukan oleh bisnis adalah dengan melakukan *digital marketing*. *Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran penerapan media teknologi yang dilakukan secara *digital*. Salah satu bentuk dari *digital marketing* adalah dengan menggunakan internet maupun media elektronik yang disebut juga dengan *e-marketing*. Menurut Febriyantoro & Arisandi (2018) mengatakan bahwa, upaya *digital marketing* diketahui dapat membantu para pebisnis UMKM dalam memberikan informasi dan juga berinteraksi secara langsung dengan konsumen, meningkatkan *awareness*, serta memperluas pangsa pasar sehingga nantinya dapat meningkatkan penjualan.

Menurut Kehler & Lehmann (2006), dalam menghadapi persaingan, suatu *brand* perlu memiliki nilai tersendiri di dalam bisnisnya. Sebuah *brand* berhasil menghadirkan *value* pada bisnisnya, memiliki potensi untuk meningkatkan permintaan konsumen terhadap layanan produk/jasa yang mereka tawarkan untuk mencapai pasar yang kompetitif. Dengan begitu, kita dapat mengetahui bahwa *brand value* diperlukan oleh suatu bisnis dalam mencapai *competitive advantage*. Dalam memperkenalkan *brand value*, kita dapat melakukan kegiatan *marketing* untuk mempresentasikannya, termasuk diantaranya adalah melalui *digital marketing*.

Penulis tertarik untuk mengikuti kegiatan magang di Pondok Alam karena bisnis ini merupakan bisnis yang terbilang cukup baru, sehingga memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan *eksplorasi* mengenai bagaimana kegiatan *marketing* dapat dilaksanakan agar memperoleh hasil yang maksimal serta dapat berkontribusi untuk memberikan hasil yang terbaik. Selain itu, penulis juga tertarik dengan bisnis pada industri *food and beverages* dan ingin lebih mengetahui bagaimana bisnis ini dapat dikembangkan serta memberikan peluang kepada penulis untuk belajar mengenai kegiatan promosi bagi suatu bisnis. Tidak hanya itu saja, penulis juga tertarik untuk berkontribusi dalam menghadirkan ide - ide yang menarik dan diharapkan dapat membantu bisnis ini untuk berkembang.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis melakukan praktek magang kerja dengan maksud sebagai pemenuhan kebutuhan syarat kelulusan sebesar 20 SKS. Dengan adanya magang ini membantu peneliti untuk mencapai SKS yang sudah ditetapkan sebagai standar kelulusan Mahasiswa UMN. Praktek kerja magang yang dilakukan oleh penulis juga membantu penulis untuk mendapatkan pengalaman bekerja sebelum menyelesaikan perkuliahan.

Tujuan dari praktek kerja magang penulis adalah membantu penulis agar nantinya dapat mempersiapkan diri ke dalam dunia kerja yang sesungguhnya, sehingga membuat penulis menjadi lebih matang lagi juga dapat mempelajari hal-hal baru yang diberikan serta dapat menambah pengetahuan yang belum pernah dirasakan pada saat perkuliahan. Penulis berharap dengan adanya magang ini dapat membantu penulis lebih mengenal tempat kerja secara nyata dan dapat membantu agar memperkuat interaksi satu sama lain antara karyawan. Penulis juga ingin mendapatkan pengalaman bahwa harus berpikir kritis terhadap apa yang dilakukan dan membuat keputusan yang baik berdasarkan apa yang benar untuk dilakukan.

Penulis juga ingin mendapatkan pengalaman dari kegiatan magang yang dilakukan agar dapat memberikan wawasan tambahan mengenai pekerjaan sesuai dengan peminatan yang telah diambil oleh penulis, sehingga nantinya siap untuk memasuki dunia kerja yang nyata. Selain itu, penulis juga berharap dapat mengembangkan kompetensi di dalam diri penulis untuk berpikir kritis dan tanggap serta mampu menciptakan ide - ide baru melalui kontribusi terhadap bisnis, karena

praktek kerja magang dilakukan pada bisnis UMKM. Praktek kerja magang ini sendiri juga merupakan sarana bagi penulis dalam mengenal industri *food and beverages* secara lebih dalam, baik itu berupa proses manajemen maupun kegiatan promosi dan kompatibilitas yang diperlukan agar nantinya dapat menjadi bekal bagi penulis apabila suatu saat mengambil bisnis pada industri yang sama.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Waktu kerja magang penulis berperiode mulai dari bulan Februari sampai pada bulan Juni 2022 dengan tanggal yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu mulai dari 7 Februari sampai dengan 7 Juli 2022 dengan posisi sebagai *staff* magang.

Berikut merupakan data kerja magang penulis:

| No | Data Kerja | Keterangan |
|----|--------------------|--|
| 1 | Nama Tempat Magang | Pondok Alam |
| 2 | Bidang Usaha | <i>Food and beverages</i> (Cafe) |
| 3 | Waktu Pelaksanaan | 7 Februari sampai dengan 7 Juli 2022 |
| 4 | Waktu Kerja | Senin-Jumat (09.00 - 18.00) Sabtu (09.00 - 20.00) |
| 5 | Posisi Magang | Staff Magang |
| 6 | Alamat | Jalan Pasar sayur Kalimantan Barat |
| 7 | Kota | Sosok |

| | | |
|---|--------------------|-------------|
| 8 | Kecamatan | Tayan, Hulu |
| 9 | <i>Postal Code</i> | 78562 |

Tabel 1.3 Data Kerja Magang

Sumber: Pondok Alam Sosok

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Proses penerimaan mahasiswa magang sampai kerja magang, adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa mendatangi langsung ke Pondok alam sosok dan menemui *owner* untuk membicarakan program kerja magang
2. *Owner* meminta untuk mengirimkan *CV* dan surat keterangan magang dari Universitas
3. Mahasiswa mengirimkan *CV* dan surat keterangan magang kepada *owner*.
4. *Owner* melakukan *interview* terkait program magang kerja.
5. Setelah diterima, *owner* akan memberikan *Job Description* yang akan diterima oleh mahasiswa.
6. Mahasiswa mengisi *form* KM-01 dan menunggu persetujuan dari prodi.
7. Setelah mendapatkan persetujuan dari prodi, mahasiswa kemudian mengisi *form* KM-02 terkait biodata supervisor.
8. Setelah mendapatkan persetujuan dari prodi terkait KM-02, Mahasiswa mahasiswa mengisi *form* KM-03 yang berupa *daily task*.
9. Mahasiswa melakukan kerja makan di Pondok alam, dengan mengisi *daily task* sebagai bukti dari pekerjaan yang dilakukan
10. Selama program kerja magang, mahasiswa dianjurkan untuk menyusun laporan magang yang akan dikumpulkan di akhir.
11. Mahasiswa melakukan Sidang kerja magang.