

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

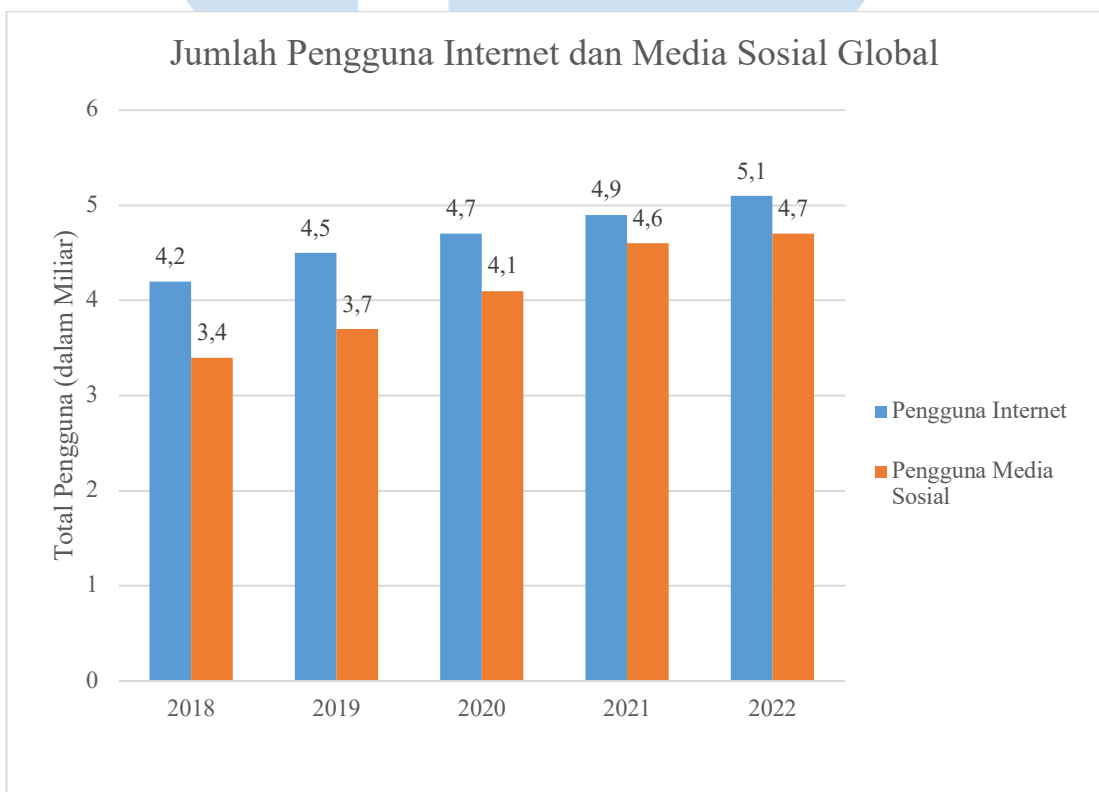
Makanan dan minuman merupakan kebutuhan utama untuk manusia dalam bertahan hidup. Namun seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan dalam dunia kuliner yang sangat cepat, para pengusaha bersaing untuk menciptakan berbagai macam makanan dengan inovasi – inovasi baru. Perkembangan tersebut mempengaruhi bisnis di PT Tahoee Pranata Indonesia.

PT Tahoee Pranata Indonesia merupakan bisnis yang bergerak di bidang food and beverages services dan memiliki Tahoee (berbagai macam hidangan dari soya), Ladybee Taiyaki (berbagai macam hidangan pencuci mulut khas Jepang), Kari Pak Satrio (hidangan utama dengan kari yang di inovasi), dan Butterlicious (hidangan pencuci mulut dari adonan *croissant* yang di inovasikan). PT Tahoee Pranata Indonesia kini sudah memiliki lebih dari lima puluh cabang yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia dengan sistem franchising. Setiap merk yang dimiliki oleh PT Tahoee Pranata Indonesia memiliki ciri khasnya masing – masing yang dapat menarik perhatian para pelanggannya.



Gambar 1.1 - Brand PT Tahoee Pranata Indonesia
Sumber: PT Tahoee Pranata Indonesia

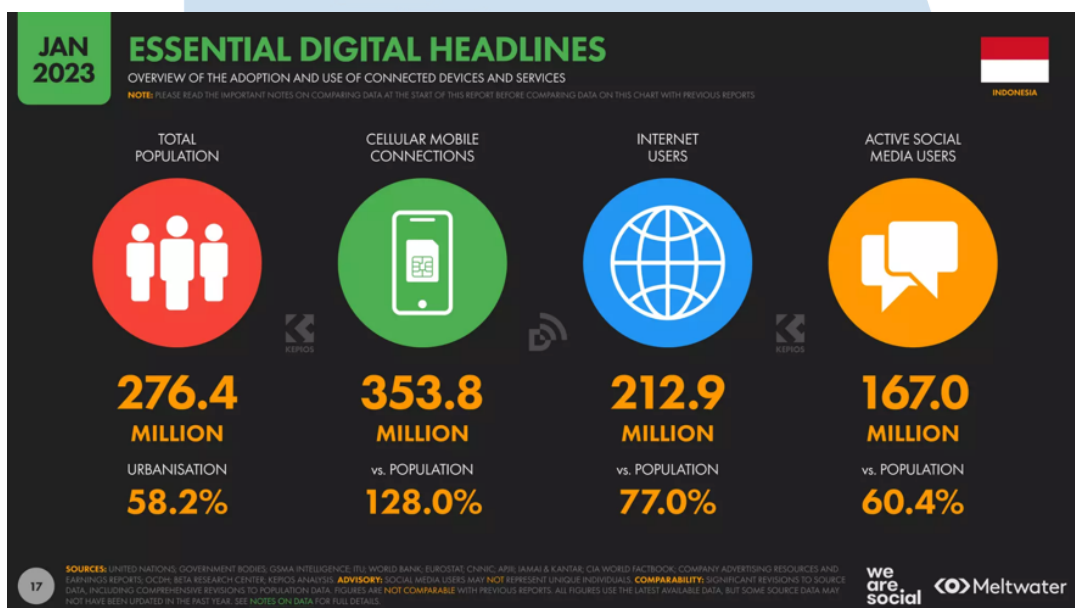
Segala jenis teknologi, informasi, dan komunikasi mengalami pertumbuhan yang signifikan di masa pandemi Covid-19, yang tentunya menuntut setiap pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut agar usahanya dapat terus berjalan. PT Tahoe Pranata Indonesia juga harus melakukan beberapa penyesuaian untuk mengikuti perkembangan tersebut. PT Tahoe Pranata Indonesia mulai mengiklankan dan mempromosikan produknya secara digital di tahun 2020, usaha tersebut bertujuan agar dapat menjangkau masyarakat luas dan dapat digemari oleh calon pembeli. PT Tahoe Pranata Indonesia memulai pengembangan bisnis digital terlebih dahulu, seperti dari pembuatan website hingga menggabungkan penjualan offline dengan penjualan online, sehingga adopsi digital menjadi sangat penting. Pada awalnya hal tersebut tidak mudah untuk mengikuti kemajuan teknologi, namun PT Tahoe Pranata Indonesia terus berusaha yang terbaik agar perusahaan dapat berkembang dan produktivitas perusahaan dapat meningkat.



Tabel 1.1 - Data Jumlah Pengguna Internet dan Media Sosial Global

Sumber: Databoks (2023)

Berdasarkan Tabel 1.1, terdapat grafik yang berisi data jumlah pengguna internet dan media sosial di seluruh dunia yang terus bertambah di setiap tahunnya. Penggunaan praktis berbagai alat online telah membuka kemungkinan baru bagi para pebisnis. Perusahaan menggunakan Internet sebagai alat pemasaran untuk mencapai kesuksesan finansial dan memfasilitasi komunikasi melalui kehadiran online dan saluran ekspansi bisnis yang berbeda.



Gambar 1.2 - Essential Digital Headlines

Sumber: We are Social (2023)

Menurut Smith (2017) Sebanyak 69% pengguna *smartphone* menggunakan internet dan aplikasi media sosial untuk membagikan informasi tentang produk maupun jasa bisnis tersebut yang dapat mendatangkan peluang baru seperti melakukan pemasaran online berskala besar agar dapat menjangkau dan terhubung dengan para pengguna. Jika dilihat pada Gambar 1.2 menunjukkan bahwa data yang didapat pada Januari 2023 di Indonesia menunjukkan terdapat 353,8 juta perangkat seluler pintar yang sudah terhubung dengan jaringan internet, 212,9 juta pengguna yang menggunakan internet setiap harinya, dan sebanyak 167 juta pengguna media sosial aktif.



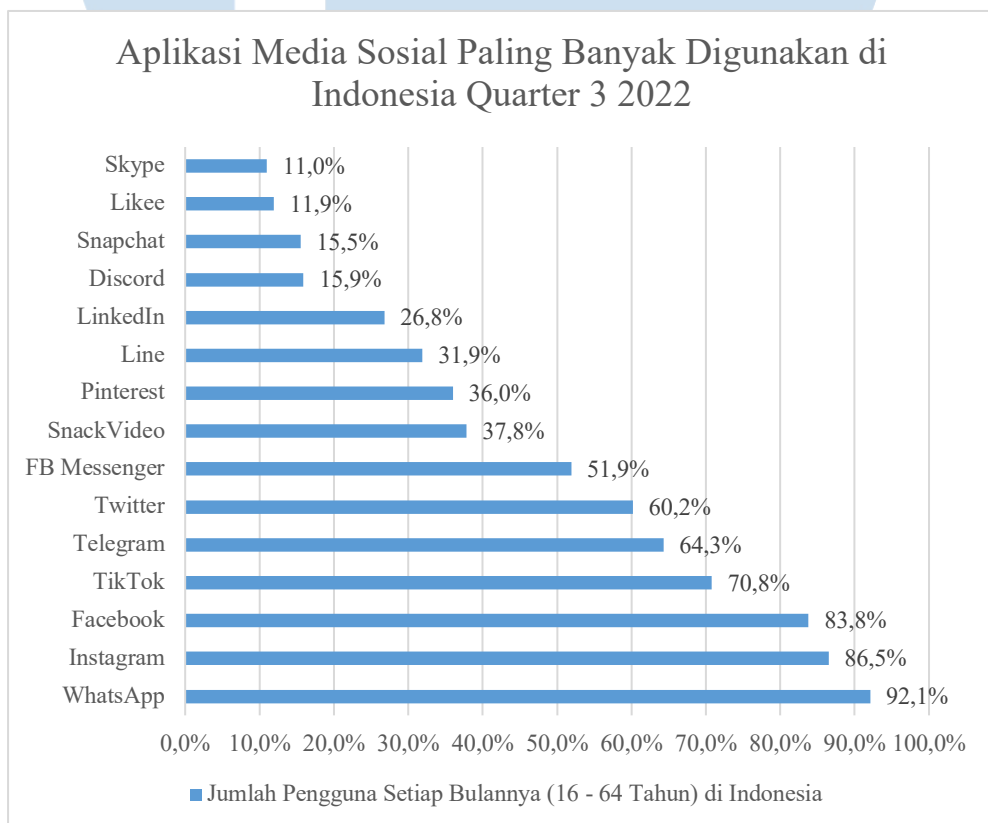
Gambar 1.3 - Ecommerce: Consumer Goods Categories

Sumber: We are Social (2023)

Pada Gambar 1.3, terdapat data terkait kategori barang pembelian yang dibeli oleh konsumen di Indonesia pada tahun 2022, jika dilihat secara keseluruhan yang mengalami peningkatan yang paling banyak dan signifikan merupakan kategori makanan. Kategori makanan sendiri mengalami peningkatan sebesar 16.6% dari tahun 2021. Saat ini didalam market place e-commerce tidak lagi hanya menjadi sebagai wadah untuk berjualan bagi pelaku usaha produk pakaian dan perlengkapan rumah tangga, tetapi juga dapat menjadi wadah berjualan bagi para pelaku usaha produk dibidang *food & beverages*.

Selain penggunaan market place e-commerce PT Tahoe Pranata Indonesia juga menggunakan beberapa media sosial untuk melakukan promosi produk. PT Tahoe Pranata Indonesia mempunyai akun Facebook, Tiktok, Instagram, dll pada setiap brand yang dimiliki. Setiap media sosial yang dimiliki oleh PT Tahoe Pranata Indonesia memakai fitur ads setiap melakukan kegiatan promosi. PT Tahoe Pranata Indonesia menggunakan media sosial di setiap brand untuk melakukan kegiatan digital marketing. Maka pilihan akun media sosial yang digunakan oleh PT Tahoe Pranata Indonesia sudah tepat karena media sosial yang digunakan merupakan media sosial yang sering digunakan dilihat dari data pada

Tabel 1.2 dibawah. Tidak hanya melakukan kegiatan promosi di media sosial, PT Tahoe Pranata Indonesia juga menggunakan Google Ads yang terhubung pada aplikasi media sosial dan juga website yang berhubungan dengan *food and beverages*. Dengan melihat potensi diatas maka hal ini bisa semakin mendorong para pelaku bisnis untuk memanfaatkan digital marketing untuk bisa mencari lebih banyak calon konsumen dalam memasarkan produk barang atau jasanya. Dalam pengamplifikasiannya digital marketing dapat menjadi salah satu cara yang bisa digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Selain untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan, digital marketing juga dapat dijadikan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan sales dan juga brand awareness.



Tabel 1.2 - Data Pengguna Aplikasi Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia
 Sumber: We are Social (2023)

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan internship atau magang merupakan kegiatan yang biasanya diselenggarakan oleh pihak institusi dari Perguruan Tinggi dan juga Universitas. Kegiatan studi tidak hanya dilakukan secara teoritis, namun dapat dilakukan secara praktik. Kegiatan magang dapat dilaksanakan oleh mahasiswa apabila memiliki latar belakang studi yang sesuai agar dapat membuat mahasiswa dapat mempunyai pengalaman ataupun skill yang tepat apabila diminta untuk langsung masuk dalam dunia kerja. Kegiatan magang memiliki tujuan untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas industri marketing dalam dunia kuliner. Berikut merupakan beberapa tujuan kegiatan magang yang telah dilakukan:

1. Menambah pengalaman serta wawasan mahasiswa.
2. Penulis dapat menggunakan keterampilan serta ilmu yang didapatkan selama kuliah.
3. Penulis dapat beradaptasi dalam dunia kerja serta menambah relasi dengan orang lain.
4. Mengetahui proses kerja pada Departemen Marketing di PT Tahoe Pranata Indonesia.
5. Penulis dapat mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan tentang Marketing pada Departemen Marketing di PT Tahoe Pranata Indonesia.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan internship atau magang berlangsung dimulai pada tanggal 9 Januari hingga 9 Juli 2023 yang berdurasi selama enam bulan dan diwajibkan untuk bekerja secara Work From Office di PT Tahoe Pranata Indonesia dari hari Senin hingga Jumat pada pukul 08.30 – 17.30 dengan durasi delapan ratus jam kerja sesuai ketentuan dari Panduan MBKM Magang Track 1 serta arahan dari Program Studi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

- A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Penulis mengikuti kegiatan pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen via zoom meeting.
- 2) Penulis meminta kepada pihak Student Services untuk mendapatkan transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di website Gapura.
- 3) Penulis mengisi form KM-01 dan mengirimkannya kepada Kaprodi melalui email untuk ditanda tangani sebagai syarat untuk melanjutkan pengisian form KM-02.
- 4) Penulis mengisi form KM-02 melalui Google Form dengan data penulis dan melampirkan transkrip nilai beserta data perusahaan untuk di verifikasi dan mendapatkan surat pengantar magang.
- 5) Penulis mengisi dan mensubmit pada kolom registrasi di website merdeka.umn dengan data perusahaan.
- 6) Penulis melakukan pengunduhan form KM-03 (Daily Task), KM-04 (Lembar Verifikasi Laporan Magang), dan Form Konsultasi Magang untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.
- 7) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Penulis melakukan pendaftaran internship dengan mengirim email ke hrd.tahooe@gmail.com pada tanggal 27 Desember 2022 serta melampirkan Curriculum Vitae (CV), Application Letter, dan Motivational Letter.
- 2) Penulis melakukan beberapa tahap seleksi untuk berhasil menjadi Marketing Administrator Intern, seperti:
 - Tahap Psikotest (3 Januari 2023)
 - Tahap Interview Online (4 Januari 2023)
 - Tahap Education Test dan Basic Skill (5 Januari 2023)
 - Tahap Interview Tatap Muka (6 Januari 2023)
- 3) Penulis menerima pesan lolos seleksi melalui akun whatsapp resmi PT Tahoe Pranata Indonesia pada tanggal 6 Januari 2023.

- 4) Penulis mendapatkan surat penerimaan internship pada tanggal 6 Januari 2023 yang ditanda tangani oleh pihak HRD PT. Tahoe Pranata Indonesia yaitu Nurhayati Aya.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Pada kegiatan internship ini penulis mendapatkan posisi sebagai *Marketing Administrator* di Departemen Marketing.
- 2) Penulis melakukan pekerjaan sesuai dengan arahan yang diberikan dari Head of Marketing dan didampingi langsung oleh Trio Pranata Hartawan Sim selaku Head of Marketing serta pembimbing lapangan.
- 3) Penulis melakukan pengisian dan penandatanganan form KM-03 hingga form KM-07 dilaksanakan pada saat kegiatan internship atau magang berlangsung serta mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Penulis membuat laporan praktik kerja magang yang dibimbing oleh Ibu Ika Yanuarti, S.E., M.S.F. selaku Dosen Pembimbing dan melakukan bimbingan melalui pertemuan secara daring via Google Meet.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Manajemen.

- E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

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