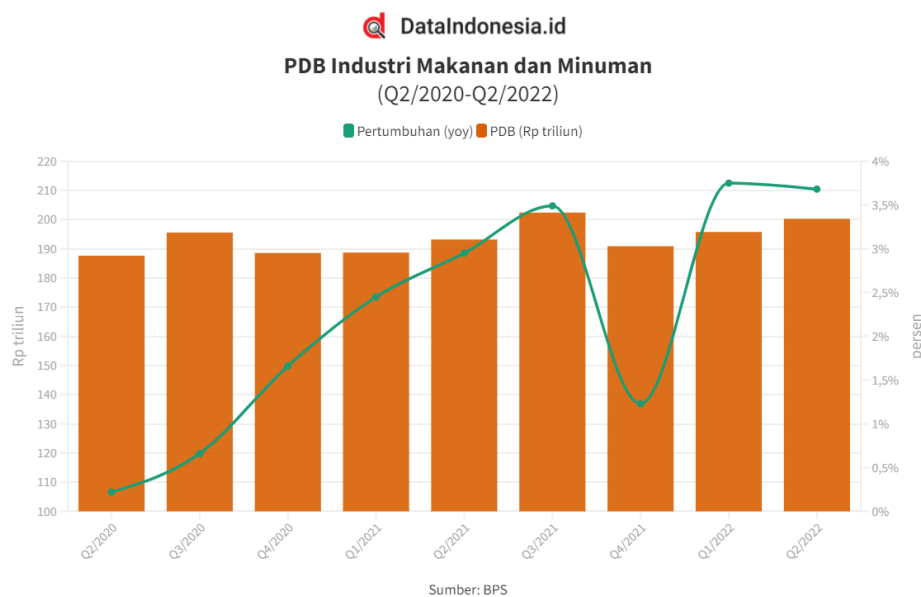


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zaman yang semakin berkembang telah membentuk para pembisnis untuk membuka bisnis di bidang F&B (*Food and Beverage*). Hal tersebut dikarenakan banyaknya masyarakat yang berminat untuk menikmati tempat tempat seperti café kekinian dan juga bar untuk menikmati makanan dan minuman serta tempat untuk nongkrong. Adanya minat dari masyarakat, hal ini tentu saja membuat peluang bagi para pembisnis untuk membuat bisnis F&B (*Food and Beverage*). F&B (*Food and Beverage*) merupakan salah satu bisnis yang memiliki prospek menjanjikan di zaman kekinian saat ini (Detik.com, 2023).



Gambar 1.1 Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman

Sumber: (DataIndonesia.id, 2022)

Sektor industri F&B (*Food and Beverage*) dari tahun ke tahun memberikan kontribusi yang sangat baik bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Data Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman yang telah dilakukan oleh Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa sektor industri F&B (*Food and Beverage*)

mengalami peningkatan sebesar 3,68%. Peningkatan tersebut dapat dilihat dari tahun sebelumnya 2021 sebesar Rp193,16 triliun menjadi sebesar Rp200,26 triliun pada kuartal II ditahun 2022 (DataIndonesia.id, 2022). Dari data tersebut Ini menandakan bahwa industri F&B (*Food and Beverage*) telah pulih dari dampak pandemi Covid-19.

Dari industri F&B (*Food and Beverage*) yang paling di gemari masyarakat yaitu *Café* kekinian dan *Bar & Lounge*. *Café* kekinian di gemari masyarakat dikarenakan kopi telah menjadi salah satu minuman yang populer dan digemari oleh masyarakat. Indonesia telah tercatat sebagai nomor 5 negara yang masyarakatnya mengkonsumsi kopi terbesar di dunia (DataIndonesia.id, 2022). Hal ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Indonesia sangat menyukai *café* untuk mengkonsumsi beberapa racikan kopi yang ada (suara.com, 2022).



Gambar 1.2 Grafik Konsumsi Kopi di Indonesia

Sumber : (DataIndonesia.id, 2022)

Bar & Lounge merupakan salah satu tempat yang digemari oleh masyarakat di Indonesia dikarenakan salah satu karakteristik orang Indonesia cocok dengan tempat seperti *Bar & Lounge* yaitu karakteristik bersosialisasi. *Bar & Lounge*

merupakan tempat yang sangat cocok untuk bersosialisasi satu dengan yang lain oleh karena itu tempat ini sangat di minati oleh masyarakat di Indonesia (CNN Indonesia, 2016). Bar & Lounge biasanya identik dengan tempat yang menjual minuman beralkohol seperti (*beer, wine, vodka, liquor, whiskey*).

Adanya tren bisnis F&B (*Food and Beverage*) di Indonesia yang semakin banyak membuat persaingan bisnis semakin ketat. Dengan adanya ini membuat bisnis *Café* maupun *Bar & Lounge* dituntut untuk tidak hanya menjual produknya saja tetapi juga harus menyesuaikan kondisi pasar yang dihadapi. Strategi bisnis yang tepat dibutuhkan oleh pembisnis agar memiliki peluang yang lebih besar dalam menarik konsumen. Strategi bisnis yang tepat tersebut biasanya dipengaruhi oleh konsep *marketing*. Marketing Management menurut (Kotler & Keller, 2016) merupakan suatu ilmu dan seni dalam memilih market supaya dapat menjaga, mendapatkan, dan meningkatkan konsumen dengan cara menghasilkan, memberikan, serta memberitahukan keunggulan value pelanggan. Dengan demikian Marketing Management menjadi peran yang sangat penting bagi suatu bisnis untuk mengkomunikasikan produk yang dipasarkan secara lebih luas, bahkan dapat berkontribusi terhadap ekuitas merek, mendorong penjualan, serta memperluas pasar (Jatmiko, 2012).

Salah satu unsur penting yang terkandung dalam *marketing* yaitu promosi yang dapat membantu proses marketing untuk mencapai tujuannya. Promosi dapat memberikan keuntungan bagi para pemasar jika promosi dirancang serta dilaksanakan dengan maksimal agar dapat mempengaruhi perihal ketertarikan para pelanggan terhadap penawaran yang diberikan pemasar. Menurut (Kotler & Keller, 2016) promosi memiliki arti sebagai komunikasi yang dilakukan oleh pemasar untuk menunjang sebuah aktivitas pemasaran agar informasi atau pesan dari sebuah produk yang ditawarkan dapat tersampaikan ke pelanggan.

Oleh karena itu penulis memilih PT Anugerah Damai Abadi sebagai tempat kerja praktik dikarenakan PT Anugerah Damai Abadi memiliki beberapa outlet F&B yang menarik seperti The Barrels, Casa Barrels, Hippie Peas Café. PT

Anugerah Damai Abadi (PT ADA) merupakan bagian dari unit bisnis PT Summarecon Agung Tbk. Dalam kerja praktik ini, penulis berada di unit bisnis milik PT Summarecon Agung Tbk sebagai *Public Relation*. Tak hanya itu, penulis juga ditempatkan pada departemen *Marketing* di PT Anugerah Damai Abadi (PT ADA). Maka dari itu penulis membuat laporan praktek kerja magang yang berjudul “Aktivitas Marketing Dalam Mempromosikan Outlet F&B PT Anugerah Damai Abadi”.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari proses magang yang dilakukan yaitu untuk menerapkan ilmu yang didapatkan melalui proses perkuliahan dan diterapkan secara langsung dalam dunia kerja. Tujuan dari kerja magang untuk Universitas, khususnya untuk penulis adalah:

1. Sebagai persyaratan untuk kelulusan mata kuliah magang di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengembangkan kemampuan serta cara penerapan materi kuliah dalam praktek dunia kerja.
3. Mempelajari cara membuat promosi untuk outlet PT. Anugerah Damai Abadi.
4. Mengetahui proses untuk menjalani promosi di outlet PT. Anugerah Damai Abadi.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang ini dilakukan oleh penulis untuk memenuhi persyaratan program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, sesuai ketentuan yang sudah berlaku yaitu melakukan kerja magang dalam waktu 6 bulan. Untuk pelaksanaan kerja magang dilakukan setiap hari Senin hingga Jumat. Berikut merupakan rincian informasi dalam pelaksanaan program kerja magang :

Nama perusahaan : PT. Anugerah Damai Abadi.

Alamat : Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten, kode pos 15810.

Waktu pelaksanaan : 6 Februari 2023 – 9 Juni 2023.

Waktu kerja : 09.00 - 18.00 (Senin-Jumat).

Posisi Magang : Marketing.

Berikut merupakan sebuah prosedur yang diterapkan penulis untuk pelaksanaan program kerja magang :

- a. Perusahaan memberikan surat pernyataan bahwa penulis telah diterima sebagai marketing pada 1 Februari 2023.
- b. Mengajukan Form KM-01 dan Form KM-02 kepada Program Studi yang ditujukan untuk perusahaan.
- c. Pada tanggal 6 Februari 2023 penulis langsung terjun untuk melakukan praktek kerja di mall Summarecon Mall Serpong, tepatnya PT. Anugerah Damai Abadi.
- d. Penulis mulai efektif bekerja di PT. Anugerah Damai Abadi mulai tanggal 6 Februari 2023.
- e. Penulis memenuhi persyaratan kerja magang yang sudah dipersiapkan di Merdeka UMN dan melakukan pengisian laporan kerja setiap hari hingga program magang berakhir.
- f. Melakukan bimbingan magang oleh dosen pembimbing magang yang sudah ditetapkan.
- h. Melakukan penyusunan laporan kerja magang
- i. Melaksanakan sidang kerja magang sesuai dengan program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara