



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

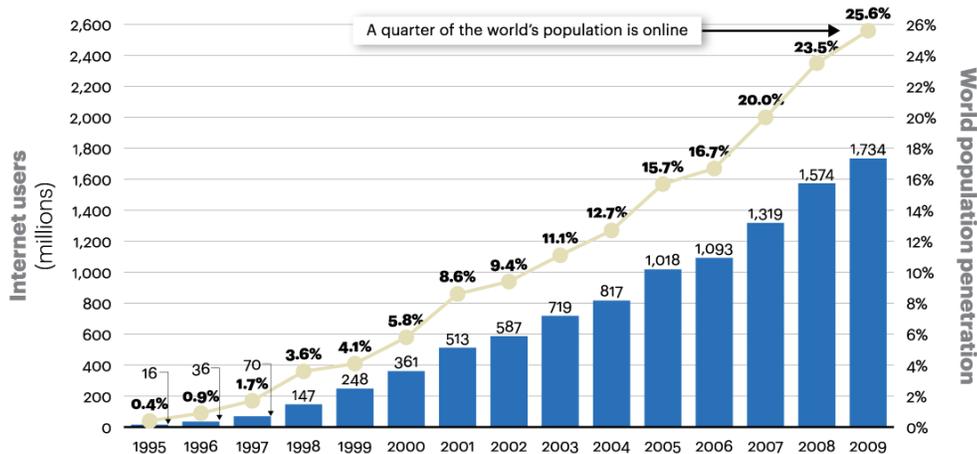
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya teknologi dan informasi, internet telah menjadi salah satu keperluan pokok bagi seluruh orang di seluruh dunia. Baik itu untuk menambah wawasan dan pengetahuan sampai berbisnis, banyak sekali orang maupun perusahaan yang bergantung dengan internet. Jumlah pengguna internet selalu meningkat setiap tahunnya seperti yang terdapat pada gambar 2.1 dimana peningkatan yang signifikan terhitung sejak tahun 1995 hingga 2009 yang mana dari awalnya pada tahun 1995 hanya 0.4% populasi dunia yang menggunakan internet, tetapi pada tahun 2009, sebanyak 25.6% dari seluruh populasi dunia telah menggunakan internet. Pada tahun 2009 tercatat telah ada 1,734 miliar orang yang merupakan pengguna internet (ATKearney,2010).

Figure 1  
**Global Internet users and penetration rate (1995-2009)**

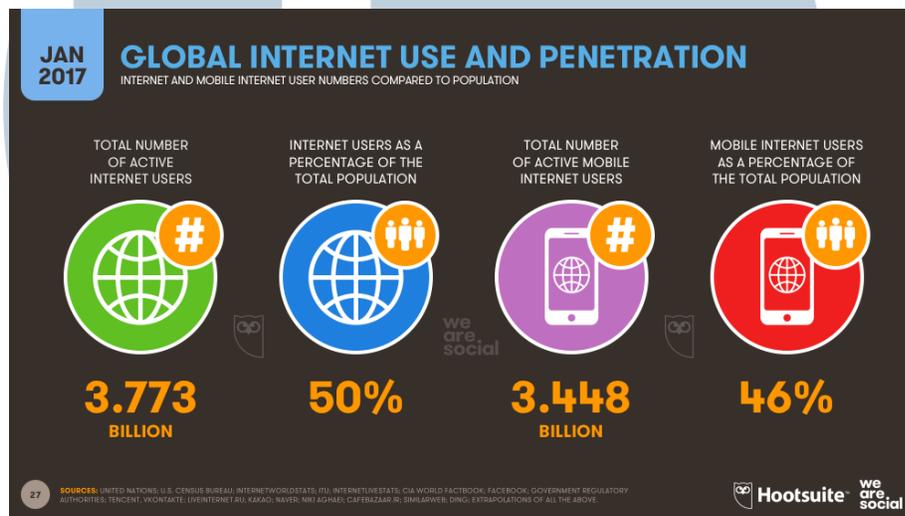


Sources: Nielsen, ITU; A.T. Kearney analysis

Sumber: ATKearney

**Gambar 1.1: Jumlah pengguna internet dunia tahun 1995-2009**

Sedangkan pada tahun 2017 sekarang ini, berdasarkan data dari *wearesocial.com*, pengguna internet dunia telah mencapai 3,773 miliar pengguna yang berarti dalam kurun waktu 8 tahun saja jumlah pengguna internet dunia telah meningkat lebih dari dua kali lipatnya sejak tahun 2009. Total populasi dunia yang menggunakan internet telah mencapai 50% sehingga kita dapat katakan setengah populasi bumi telah *online* dan terhubung dengan internet (We Are Social, 2017).



Sumber: We Are Social

### Gambar 1.2: Jumlah pengguna internet dunia tahun 2017

Di Indonesia sendiri, pertumbuhan pengguna internet pada periode tahun 2016 merupakan yang tertinggi diseluruh dunia, dimana awal tahun 2016 jumlah pengguna internet di Indonesia berjumlah 88,1 juta pengguna naik sebesar 51% sehingga jumlah pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2017 menjadi 132,7 juta pengguna (Techinasia, 2017). Tentunya ini menandakan Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki pasar yang besar di dunia digital dan memiliki potensi untuk kedepannya.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Sumber: Technasia

### Gambar 1.3: Jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2017

Berdasarkan survei yang telah dilakukan SES Jakarta tahun 2014, 85% penduduk Indonesia menggunakan *mobile phone* dengan jumlah browsing tertinggi di dunia dimana orang Indonesia rata-rata membuka 661 halaman perbulan (Startupbisnis, 2014). Sehingga dengan tingkat *browsing* sebanyak ini, Indonesia memiliki potensi yang besar dalam dunia *e-commerce*. Hal ini dibuktikan dengan hanya 40% populasi Indonesia yang memiliki akun perbankan tetapi 85% dari populasi di Indonesia telah memiliki *mobile phone* (Startupbisnis, 2014). Di Indonesia sendiri, *mobile advertising impression* merupakan kedua tertinggi di dunia, sehingga artinya pengguna perangkat *mobile* di Indonesia memiliki pengaruh yang tinggi terhadap iklan yang diterima. Sehingga *digital marketing* akan menjadi sangat penting dan dibutuhkan kedepannya mengingat laju perkembangan jaman yang semakin lama semakin cepat (Startupbisnis, 2014).

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



Sumber: [www.startupbisnis.com](http://www.startupbisnis.com)

### **Gambar 1.4 Mobile Advertising Impression, Mobile Phone, Browsing Rate in Indonesia**

Berdasarkan temuan tersebut, para *digital marketers* harus mampu mengikuti laju perkembangan jaman dan memanfaatkan teknologi dan informasi yang ada dan akan ada. Hal ini dikarenakan teknologi dan informasi telah dan akan terus memiliki peran penting terhadap pertumbuhan ekonomi baik di dunia maupun di Indonesia sekarang dan seterusnya.

### **1.2 Pokok Permasalahan**

Dalam melakukan kegiatan magang penulis, pembimbing selalu membimbing penulis selama proses kerja magang dilakukan, tetapi ada beberapa permasalahan didapati penulis, yang pertama seperti pada perusahaan *startup* PickPack, penulis mendapati kinerja yang kurang cepat dari pihak PickPack sehingga banyak barang pengirim yang tidak terambil serta kurangnya sarana dan fasilitas untuk memberikan pelayanan terhadap pengguna PickPack seperti kendaraan yang kurang dan jumlah pekerja yang masih sedikit, sedangkan di dunia *startup* seperti yang diketahui haruslah bergerak dengan cepat untuk mengalahkan kompetitor sehingga tidak ada celah untuk kelemahan pelayanan sehingga mampu menjadi yang pertama diingat oleh pengguna aplikasi dan dilakukan dengan beberapa cara dimana yang paling penting adalah

dengan memberikan pengalaman menggunakan aplikasi yang memuaskan dan layanan yang bagus dan sempurna.

Kemudian penulis juga mendapati saat mengaudit SEO untuk *website* perusahaan Tridinamika, koneksi internet dan fasilitas kantor yang tidak mencukupi seperti komputer sehingga penulis mendapat kendala waktu yang kurang dikarenakan harus mengulang kembali saat koneksi internet kurang baik. Hal ini tentu mengganggu bukan terhadap penulis saja tetapi juga terhadap klien StartupBisnis karena *deadline* yang mundur. Kepuasan pelanggan harus diutamakan dikarenakan akan adanya celah bagi kompetitor untuk mengambil pasar dari perusahaan StartupBisnis. Lebih dari itu, *website* Tridinamika juga perlu diperbaiki secepatnya agar *traffic website* dapat meningkat sehingga diperlukan waktu yang efisien untuk mendapati sumber permasalahan.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Penulis diharuskan mengambil kerja magang sebagai salah satu syarat kelulusan dari jurusan manajemen di Universitas Multimedia Nusantara, tetapi tidak hanya demikian maksud dan tujuan penulis. Penulis mendapatkan ilmu yang banyak mengenai *digital marketing* serta relasi dalam dunia digital. Penulis juga mendapat pengalaman untuk bekerja di sebuah perusahaan *digital marketing* yang menurut penulis sangatlah penting untuk menambah ilmu dan wawasan karena penulis menyadari pembelajaran secara teori saja tidak akan cukup dan penulis memerlukan pembelajaran secara praktek langsung demi bekal penulis kedepannya. Setelah melakukan kerja magang ini, penulis juga memiliki pandangan yang lebih luas tentang *digital marketing* dan wawasan kedepan tentang dunia digital di Indonesia kedepannya.

Kombinasi antara pelajaran dan bimbingan dari dosen yang telah diterima penulis selama ini di Universitas Multimedia Nusantara sangatlah membantu penulis dalam bekerja dan menjadi penyemangat penulis sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan baik dan penulis memiliki karakter yang baik dalam melakukan pekerjaan.

Tidak hanya itu, tetapi penulis juga jadi dapat mengerti *job desk* dengan lebih cepat dan baik.

#### **1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang**

##### **1.4.1 Waktu Kerja Magang**

Penulis memulai praktik kerja magang sejak tanggal 14 September 2016 sampai dengan 27 Januari 2017. Data pelaksanaan sebagai berikut:

Nama Perusahaan : StartupBisnis.com

Bidang Usaha : *E-Marketing Consultant and Media*

Waktu Pelaksanaan : Senin – Jumat

10:00 s.d 18:00 WIB

Posisi Magang : *Digital Marketing*

##### **1.4.2 Prosedur Kerja Magang**

Prosedur kerja magang di atur langsung oleh pihak Universitas dan pihak perusahaan. Berikut prosedur-prosedurnya:

1. Penulis mengirimkan CV kepada pihak perusahaan
2. Penulis mengikuti kegiatan *interview* dengan pihak perusahaan
3. Menerima surat pernyataan dari perusahaan bahwa penulis diterima untuk mengikuti kegiatan kerja magang
4. Penulis mengisi formulir pengajuan kerja magang (KM)
5. Kemudian menyerahkan surat dari perusahaan kepada pihak universitas
6. Menerima surat pernyataan kerja magang dari pihak universitas
7. Penulis memberikan surat dari universitas kepada perusahaan
8. Melaksanakan kerja magang
9. Mengisi *form* yang berkaitan dengan kerja magang seperti *form* kehadiran kerja magang, *form* laporan realisasi kerja magang, dan kartu kerja magang,
10. Menyusun laporan kerja magang
11. Melakukan sidang kerja magang

## **1.5 Sistematika Penulisan Laporan Magang**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang penyusunan, pokok permasalahan, maksud dan tujuan kerja magang, waktu dan prosedur kerja magang, serta sistematika penulisan laporan magang.

### **BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini meliputi gambaran umum perusahaan tempat magang seperti sejarah berdirinya perusahaan, visi dan misi perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi yang ada di dalam perusahaan serta beberapa landasan teori yang berkaitan dengan praktik kerja magang.

### **BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Pada bab ini menjelaskan kedudukan atau posisi penulis selama melakukan kerja magang di perusahaan, serta menjelaskan secara detail pekerjaan yang di lakukan oleh penulis, masalah yang di hadapi selama kerja magang beserta solusi yang didapat penulis.

### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini penulis memberikan kesimpulan yang didapatkan selama di perusahaan tempat kerja magang dan memberikan saran berupa masukan kepada perusahaan agar perusahaan dapat berjalan lebih baik kedepannya serta semakin berkembang.

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