



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

Perkembangan internet saat ini semakin pesat dan semakin tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Internet mempermudah orang atau pelaku usaha untuk mendapatkan informasi tanpa batas dengan lebih cepat dan efisien. Salah satu pemanfaatan internet saat ini yang banyak digunakan dalam mendukung usaha pemasaran atau perdagangan produk maupun jasa. Mudah-mudahan sistem pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan jaringan internet membuat pelaku usaha menjadikan internet sebagai solusi tepat untuk menunjang perkembangan bisnis khususnya para pelaku usaha yang ada di Indonesia. Pemasaran secara online memberikan banyak keuntungan pada wirausaha menunjang penjualan produk.

Beberapa jenis media yang dapat digunakan sebagai sarana bisnis antara lain:

a. Website

Website atau yang biasa disingkat web adalah kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar yang bersifat diam atau gerak, data animasi, suara, video, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis dengan membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (hyperlink). (Proweb.co.id, 2018). Secara umum, terdapat tiga manfaat website, baik untuk bisnis perorangan dan perusahaan, yaitu :

- **Membangun Reputasi**

Salah satu faktor keberhasilan bisnis adalah memiliki reputasi yang baik. Untuk menciptakan reputasi yang baik, diperlukan perencanaan strategis. Tersedia berbagai media yang dapat dimanfaatkan, salah satunya adalah website. Saat ini sudah banyak bisnis perseorangan atau perusahaan yang memiliki website yang dibuat secara khusus dengan

desain khusus dan ciri khas tersendiri. Selain itu, tersedianya informasi yang lengkap dan jelas serta mudah dijangkau dalam sebuah website akan membantu meningkatkan perusahaan dihadapan konsumen atau calon konsumen sehingga bisnismu dapat lebih dipercaya.

- **Media Promosi dan Transaksi 24 Jam**

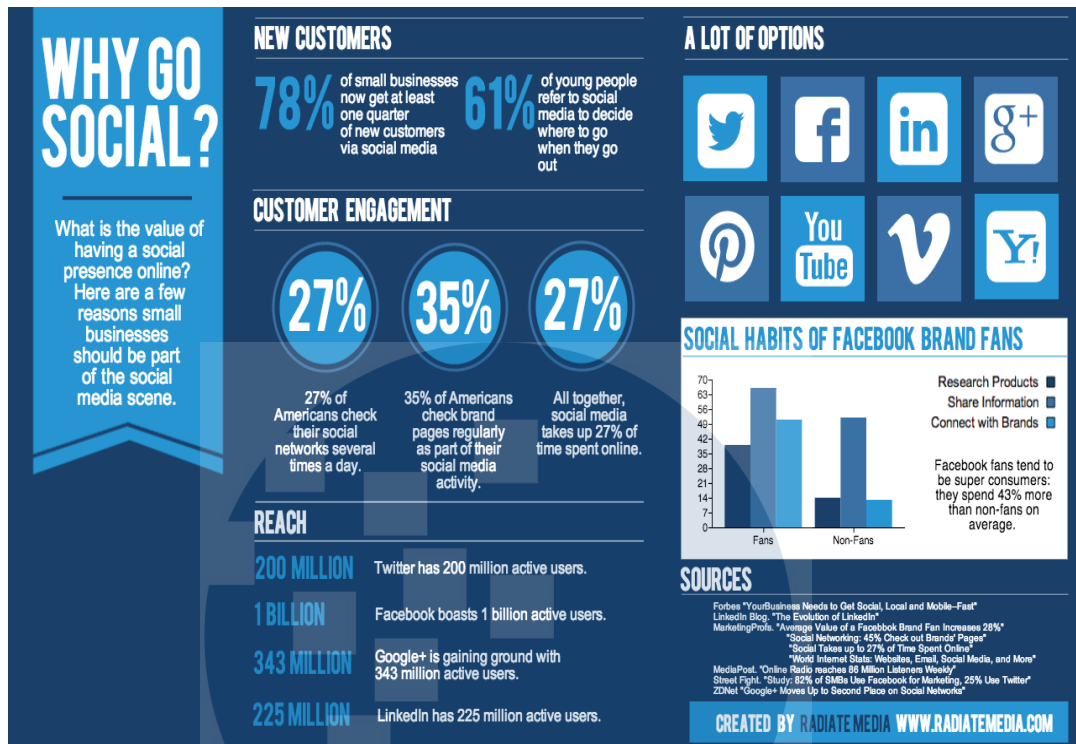
Website yang dikelola dengan baik dapat mendatangkan konsumen baru kapan saja dengan jumlah yang lebih banyak tanpa perlu mengganggu kesibukan lainnya. Konsumen dapat masuk ke website kapan pun, baik siang ataupun malam. Dengan cara ini, konsumen dapat dilayani setiap saat, 24 jam sehari. Hal ini pula yang membuat konsumen merasakan kemudahan dan berpotensi menjadi pelanggan setia.

- **Virtual Asset Bisnis**

Segala sesuatu yang menghasilkan pemasukan adalah aset. Begitu juga dengan website, ini berarti nilai bisnis juga sangat berharga. Jadi perlu adanya usaha dari pemilik/pengelola bisnis untuk merawat dan mengelola sebuah website agar tetap mendatangkan pemasukan secara berkelanjutan (Kinetic.id, 2017)

b. Jejaring Media Sosial

Sosial Media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online untuk memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. (Unpas.ac.id, 2012). Berdasarkan infografik yang dikeluarkan oleh Radiatemedia, sebanyak 78% bisnis kecil mampu meningkatkan jumlah customer baru hingga 25% berkat bantuan media sosial. Infografik tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini



Sumber: Sribu.com (2016)

Gambar 1.1 Social Media Meningkatkan Jumlah Customer Baru

c. Komunitas Online

Komunitasi online merupakan komunitas yang aktivitasnya tidak terbatas karena menggunakan media online sebagai sarannya. Komunitas online lebih banyak memberikan informasi ke publik baik dalam negeri maupun luar negeri.

Penggunaan website dan social media sebagai sarana bisnis, tentunya didukung beberapa data. Terbukti data yang dilansir dari techinasia, pada tahun 2017 pengguna internet di Indonesia mencapai 132 juta dengan pengguna aktif media sosial yang mencapai 106 juta. Dimana pada awal tahun 2016, pengguna internet di tanah air hanya mencapai 88,1 juta. Data ini menunjukkan adanya perubahan yang signifikan terhadap pengguna internet di Indonesia.



Sumber: www.techinasia.com (2017)

Gambar 1.2 Data Pengguna Internet di Indonesia pada Tahun 2017

Menurut founder sribu.com, Ryan Gondokusumo, aktivitas online seperti *website* dan media sosial juga dapat meningkatkan *brand awareness* sebuah perusahaan. Ryan menyarankan untuk membuat *website* yang *eye-catching*, terus memperbaharui konten *website* agar pengunjung tidak bosan, serta membuat *website* yang lebih interaktif dengan memasang fitur obrolan, sehingga pengunjung bisa berkomunikasi langsung dengan perusahaan. Oleh karena itu, Infinitum Advisory didirikan untuk mengoptimalkan permintaan briket tempurung kelapa di luar negeri dengan mencari klien yang berminat untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh Infinitum Advisory.

Infinitum Advisory adalah sebuah perusahaan *startup* yang bergerak di bidang *business consulting* dan menerima klien individual maupun klien yang berupa korporasi. Infinitum Advisory bertujuan untuk menyelesaikan masalah-masalah yang muncul di bidang bisnis. Perusahaan ini adalah perusahaan yang didirikan pada 2017 dan merupakan group dari Investa Saran Mandiri (ISM) dan Investa Stellar Dana Kelola (ISDK).

Saat ini, Infinitum Advisory yang merupakan perusahaan *startup* yang belum dikenal oleh banyak khalayak dan sadar akan pentingnya *brand awareness* sehingga membutuhkan kegiatan marketing yang kuat selain penggunaan media cetak dan pemasaran konvensional. Infinitum Advisory perlu memusatkan kegiatan marketing melalui digital marketing seperti *social media marketing* dan *content marketing* pada media sosial, dan tentunya juga *website*. Presiden Direktur Infinitum Advisory, Steven Herliv menyadari bahwa penggunaan *digital marketing* akan menghemat biaya dan menjangkau banyak audiens. Selain menjadi portfolio perusahaan, *social media* dan *website* dapat menjadi sarana promosi, media interaktif dan informasi seputar edukasi sesuai ruang lingkup perusahaan.

Selama ini, penggunaan media *digital marketing* sudah diterapkan oleh Infinitum Advisory, tetapi masih sangat minim dikarenakan oleh kurangnya sumber daya manusia. Oleh karena itu, selama proses magang, penulis telah melakukan *social media marketing* dan *content marketing* khususnya melalui *media digital* dan *event* supaya Infinitum Advisory dapat mencakup target audience lebih banyak dan mendapatkan klien yang ingin menggunakan jasa yang ditawarkan oleh Infinitum Advisory yaitu konsultasi bisnis.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis tidak hanya sebagai salah satu syarat kelulusan, melainkan penulis dapat mendapatkan pengalaman sebagai seorang profesional di dunia kerja dan mengetahui situasi secara langsung saat bekerja. Di samping itu, penulis juga dapat merasakan lingkungan yang berbeda sehingga mengharuskan penulis belajar beradaptasi dengan lingkungan kerja dengan rekan kerja yang memiliki karakter dan pola pikir yang berbeda dengan penulis, dan lingkungan kerja yang mengharuskan penulis untuk dapat bekerja lebih mandiri dibandingkan saat berada di kuliah. Dengan pengetahuan teori-teori yang dipelajari di perkuliahan, penulis diberi kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang berupa teori ke dalam praktik kerja yang sesungguhnya sehingga dapat memberikan kontribusi lebih dan bekerja sama untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Sebagai contoh pengaplikasian bagaimana pentingnya *digital*

marketing khususnya *social media* dapat mendukung kegiatan bisnis suatu perusahaan terlebih sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *business consulting*, Infinitum Advisory perlu memanfaatkan teknologi digital sebagai media interaktif, pemasaran dan sumber informasi yang sesuai lingkungannya.

Selain itu, praktek kerja magang yang dilakukan oleh penulis juga memberikan ilmu dan wawasan kepada penulis, memberikan pemahaman bagaimana dunia *business consulting* yang masih sangat awam bagi penulis, dan memberikan pengalaman bagi penulis menciptakan proses pemasaran yang *cost-effective* dan *bigger audiences* bagi perusahaan. Dengan hal tersebut penulis juga dapat meningkatkan dan mengembangkan kreatifitas yang dimiliki.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Program kerja magang ini dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yaitu minimal 60 hari kerja atau setara dengan 480 jam. Penulis melakukan praktek kerja magang terhitung mulai tanggal 21 Agustus 2017 sampai dengan 21 November 2017.

Data pelaksanaan magang yang dilakukan sebagai berikut:

Nama Perusahaan : Infinitum Advisory

Bidang Usaha : *Business Consulting*

Waktu Pelaksanaan : 21 Agustus 2017 – 21 November 2017

Waktu Kerja : Senin – Jumat
08.00 s.d 17.00 WIB

Posisi Magang : *Marketing*

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang adalah ketentuan yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara untuk memulai suatu praktek kerja magang. Berikut adalah prosedur yang dilalui penulis untuk dapat menyelesaikan praktek kerja magang:

- A. Mengajukan CV kepada PT Investa Saran Mandiri
- B. Melakukan *Interview* setelah dikonfirmasi via *email* oleh perusahaan terkait
- C. Diterima untuk kerja magang setelah melakukan *interview*
- D. Mengisi formulir pengajuan kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara
- E. Membuat surat pengantar kerja magang dari Universitas Multimedia Nusantara
- F. Memberikan surat pengantar kerja magang kepada Perusahaan tempat magang
- G. Memberikan surat balasan kerja magang dari pihak Perusahaan kepada Universitas
- H. Melaksanakan Praktik Kerja Magang
- I. Pengisian dokumen yang berhubungan dengan kerja magang di antaranya kartu kerja magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang, dan formulir laporan kerja magang
- J. Penyusunan laporan kerja magang
- K. Sidang kerja magang.

1.4 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Sistematika penulisan laporan magang ini adalah sebuah gambaran secara umum mengenai keseluruhan dari isi laporan magang. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan apa latar belakang penyusunan laporan kerja magang, berikut

dengan maksud dan tujuan, waktu dan prosedur kerja magang, serta sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum dari perusahaan tempat kerja magang, yang meliputi sejarah singkat perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi yang digunakan serta landasan teori yang berhubungan dengan praktik kerja magang.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Bab ini memberitahukan mengenai apa posisi penulis di dalam melakukan praktik kerja magang, tugas apa yang diberikan kepada penulis, masalah atau kendala apa yang dialami oleh penulis selama melakukan praktik kerja magang, bagaimana cara penulis mengatasi masalah yang terjadi, serta pemahaman dari pokok permasalahan.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memberikan kesimpulan yang penulis terima selama melakukan praktik kerja magang, serta bab ini juga memberikan masukan serta saran kepada perusahaan untuk kemajuan bisnis perusahaan terkait.

