

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini dunia dihadapkan pada tantangan era globalisasi yang lebih berkembang hal ini dikarenakan adanya perkembangan pada teknologi modern yang semakin canggih, di setiap perusahaan dalam mencari konsumen harus mampu memiliki kemampuan dalam berinovasi dan mengenalkan produknya secara intensif, karena disaat ini persaingan industri dalam dunia bisnis semakin ketat dan semakin berkembang yang mengakibatkan adanya persaingan dalam mencari perhatian kepada para pelanggan dalam menawarkan hasil produk yang dibutuhkan para pelanggan.



Gambar 1. 1 Jumlah Covid di Indonesia 2020

Kasus Pandemi Covid-19 pada tahun 2020 memberikan dampak serius pada kesehatan Masyarakat luas, namun melalui pandemi tersebut juga mengancam stabilitas perekonomian di Indonesia. Berdasarkan hasil data yang dilansir oleh kominfo.go.id (2020), terdapat kurang lebih sebanyak 22.138 pasien yang meninggal dunia. Dalam Upaya tersebut untuk mengatasi penyebaran virus covid-19 Corona juga sudah gencar dilakukan oleh pemerintah, mulai dari menerapkan Physical Distancing dan kini telah ditingkatkan menjadi PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Kebijakan tersebut meningkatkan resiko sektor industri menghadapi gangguan signifikan dari sisi rantai pasok, tenaga kerja, kesinambungan bisnis hingga arus kas setiap perusahaan. (Yahya, 2020)



Gambar 1. 2 Perkembangan Sektor Kimia dan Farmasi

Sektor industri kimia, farmasi, dan tekstil (IKFT) relatif mampu meminimalisir dampak tersebut. Permintaan terhadap beberapa produk IKFT meningkat cukup signifikan, terutama produk pendukung pencegahan dan pengobatan Covid-19 seperti masker, alat pelindung diri (APD), hand sanitizer, vitamin, obat-obatan dan larutan pembersih. Berdasarkan data yang dilansir ikft.kemenperin.go.id, utilisasi industri kimia dan kimia pada April hingga Desember 2020 relatif terjaga sebesar 71% dibandingkan tahun 2019 sebesar 74%. industri farmasi, obat-obatan, bahan kimia, dan obat tradisional meningkat 60% dibandingkan 75% pada tahun 2019. (AP5I, 2022)

Di masa pandemi dan era new normal ini, bagian pemasaran perusahaan perlu memiliki pengetahuan produk yang lebih luas, karena dengan banyaknya pengetahuan yang tersimpan, pengetahuan tersebut dapat dengan mudah dikolaborasikan dan dijadikan dokumen kajian bersama pemangku kepentingan perusahaan untuk menciptakan inovasi baru. sehingga perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya meski di masa pandemi seperti sekarang ini.

Dalam Ariyanto, et al., (2021) secara umum, konsumen dengan pengetahuan produk yang lebih tinggi akan memiliki ingatan, pengenalan, analisis, dan kemampuan logis yang lebih baik dibandingkan dengan konsumen yang memiliki pengetahuan produk yang lebih tinggi. yang lain. dengan pengetahuan produk yang lebih rendah. Akibatnya, orang-orang yang percaya bahwa mereka memiliki pengetahuan produk yang lebih baik cenderung mengandalkan isyarat internal daripada stereotip untuk membuat penilaian tentang kualitas produk, karena konsumen menyadari pentingnya informasi produk.

PT. Indas Kimia Mandiri adalah perusahaan bergerak dalam menghasilkan barang produksi untuk industri kimia, berdiri pada tahun 2017. Produknya untuk industri Paint, Ink, Plastic, Rubber, Addesive, Polimer dan Home Care. Agar perusahaan mengalami pertumbuhan (*Growth*), dibutuhkan monitoring dalam hal pengetahuan produk pada bagian marketing untuk meningkatkan minat daya beli pelanggan. Dari hasil kajian diatas, penulis tertarik untuk dapat mempelajari semua pengetahuan produk terkait karakter produk, baik dari

segi cara penggunaan, harga, fitur, dan informasi detail lainnya. Penulis menyimpulkan beberapa kekurangan dan permasalahan dalam perusahaan antara lain:

1. Kurangnya pengetahuan produk di bagian marketing sehingga berdampak pada ketertarikan daya beli produk yang dimiliki.
2. Minimnya pengembangan produk sehingga dapat berdampak pada pertumbuhan penjualan yang ada diperusahaan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dalam praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis dan diwajibkan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara kepada seluruh mahasiswanya agar mendapatkan kesempatan dan pengalaman langsung di lapangan dunia kerja, praktik kerja magang dilakukan di PT. Indas Kimia Mandiri penempatan divisi marketing. Praktik kerja magang yang penulis laksanakan memiliki maksud dan tujuan untuk:

- a. Diharapkan Mahasiswa dapat mengerti dan memahami siklus manajemen di perusahaan tersebut.
- b. Mahasiswa dapat mengikuti standar operasional prosedur (SOP) secara komperhensif di perusahaan.
- c. Mahasiswa bisa memberikan masukan secara teknis dan konseptual kepada perusahaan.
- d. Mahasiswa menjadi wakil (representative) dari kampus dalam mengimplementasikan proses ke ilmunan kepada perusahaan tersebut berupa data referensi (literature).

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Program praktik kerja magang yang ditempuh oleh penulis sesuai dengan ketentuan dari studi prodi manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Berikut uraian praktik kerja magang yang ditempuh oleh penulis :

3. Nama Perusahaan : PT. Indas Kimia Mandiri
4. Bidang Usaha : Bahan – Bahan Kimia
5. Waktu pelaksanaan : 02 Februari – 03 Juli 2023
6. Waktu Kerja : Senin – Jumat, Pukul 08.00 – 17.00
Sabtu, Pukul 08.00 – 12.00
7. Posisi Magang : *Marketing*

Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis melakukan beberapa tahapan yang dilalui. Berikut prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilalui penulis :

1. Tahap-Tahap Pengajuan

- a. Penulis mendapatkan informasi lowongan kerja magang di PT. Indas Kimia Mandiri melalui jaringan Media Sosial
- b. Penulis diwajibkan Menyusun pengajuan kerja magang melalui pengisian formulir pengajuan kerja magang (KM-01) untuk disetujui oleh Ketua Program Studi Manajemen sebagai prasyarat untuk mendapatkan Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) yang akan diberikan kepada perusahaan dan telah ditandatangani oleh Kaprodi masing-masing. Setelah pengisian, formulir kemudian dapat ditukarkan dengan Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02).

2. Tahap Rekrutmen

- a. Penulis membuat dan mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan dokumen pendukung lainnya untuk melamar magang di PT. Indas Kimia Mandiri. Dokumen diunggah pada email PT. Indas Kimia Mandiri.
- b. PT. Indas Kimia Mandiri yang diwakilkan oleh Ibu Donna Silvia Pratiwi memberikan panggilan untuk *interview*. Setelah proses interview selesai, dan mengatur kesepakatan kerja dengan PT. Indas Kimia Mandiri, penulis diinformasikan mendapatkan posisi magang di bagian Marketing selama periode 5 bulan.

3. Tahap Pelaksanaan

- a. Setelah penerimaan, penulis memulai praktik kerja magang pada tanggal waktu yang telah ditetapkan oleh pihak PT. Indas Kimia Mandiri
- b. Setelah itu, penulis diharuskan untuk membuat laporan kerja magang. Selama proses penyusunan laporan, penulis menjelaskan proses kegiatan magang yang diarahkan oleh dosen pembimbing.