

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Industri ritel adalah sektor ekonomi yang melibatkan penjualan barang dan jasa langsung kepada konsumen untuk penggunaan pribadi atau rumah tangga. Dalam beberapa dekade terakhir, industri ritel telah mengalami transformasi signifikan yang dipicu oleh perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku konsumen, dan peningkatan persaingan global. Ritel modern kini menggabungkan toko fisik dengan platform digital, menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih mudah, cepat, dan terjangkau.

Menurut Levy dan Weitz (2012), ritel adalah serangkaian kegiatan bisnis yang menambah nilai pada produk dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk penggunaan pribadi. Ritel tidak hanya tentang menjual produk, tetapi juga tentang memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan bagi konsumen. Mereka menekankan pentingnya lokasi toko, seleksi produk, dan pelayanan pelanggan dalam kesuksesan bisnis ritel.

Di Indonesia, industri ritel memainkan peran penting dalam perekonomian nasional. Menurut laporan dari Kementerian Perdagangan, sektor ritel terus menunjukkan pertumbuhan yang stabil, didorong oleh peningkatan pendapatan per kapita dan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengandalkan belanja di minimarket dan supermarket. Sektor ini diproyeksikan akan terus berkembang seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan peningkatan urbanisasi di Indonesia.

Salah satu pemain utama dalam industri ritel di Indonesia adalah PT Indomarco PrismaTama, yang dikenal dengan merek dagangnya, Indomaret. Indomaret telah tumbuh menjadi jaringan minimarket terbesar di Indonesia dengan lebih dari 22.400 gerai per Februari 2024 dan tersebar di seluruh Indonesia. Indomaret menawarkan berbagai produk kebutuhan sehari-hari, mulai dari makanan dan minuman, barang kebutuhan rumah tangga, hingga produk kesehatan dan kecantikan.

Indomaret mengusung konsep “mudah dan hemat” dan terus berinovasi untuk memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi konsumen. Salah satu inovasi penting adalah integrasi antara toko fisik dan platform digital. Indomaret mengembangkan aplikasi dan *website* yang memungkinkan konsumen untuk berbelanja secara online dan memilih metode pengiriman yang paling sesuai.

Dalam konteks pemasaran digital, peran digital marketing menjadi sangat penting dalam mendukung strategi ritel modern. *Digital marketing* mencakup

penggunaan media *digital* untuk mempromosikan produk dan jasa kepada konsumen. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), digital marketing adalah aplikasi teknologi digital yang terintegrasi dengan *platform* tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Ini mencakup berbagai aktivitas seperti *social media marketing*, *campaign marketing*, *email marketing*, dan *content marketing*.

Di Indomaret, *digital marketing* memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan berinteraksi dengan konsumen secara lebih personal dan relevan. Melalui media sosial dan platform digital lainnya, Indomaret dapat menjalankan kampanye promosi yang efektif, mengumpulkan data konsumen, dan menganalisis kinerja kampanye untuk membuat keputusan yang lebih baik.

Dalam berbagai *campaign* dan *event* yang dipromosikan di media sosial, Indomaret berhasil menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan *brand awareness*. Aktivitas ini melibatkan perencanaan, pembuatan, dan pengelolaan konten yang menarik, serta analisis data untuk mengukur efektivitas kampanye dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.

Pada divisi *Digital Marketing* di PT Indomarco Prismatama atau Indomaret Group, aktivitas pemasaran *digital* melalui media sosial mencakup perencanaan kampanye, pembuatan konten, *marketing campaign* dan analisis kinerja konten. Divisi ini memperlihatkan bahwa pentingnya strategi konten yang disesuaikan dengan karakteristik dan preferensi audiens di media sosial, serta bagaimana mengukur dan meningkatkan efektivitas kampanye.

1. 2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1. 2. 1 Maksud dilakukannya Kerja Magang

Praktik kerja magang merupakan salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa yang melakukan kegiatan perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara, dengan melaksanakan mata kuliah Magang Merdeka (MBKM Track 1) sebanyak 20 SKS. Selain itu, pelaksanaan kerja magang ini juga ditujukan agar mahasiswa memiliki pengalaman nyata mengenai dunia kerja. Maka, tujuan pelaksanaan kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Menambah pengetahuan mengenai pemasaran *digital* serta meningkatkan pemahaman tentang konsep, strategi, dan praktik dalam pemasaran digital, khususnya di divisi *digital marketing* PT Indomarco Prismatama.
2. Turut berkontribusi dalam pelaksanaan dan tanggung jawab divisi *Digital Marketing*. Berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan dan proyek di divisi *digital marketing*, seperti pembuatan konten, manajemen kampanye media sosial, dan analisis kinerja, guna mendukung strategi pemasaran *digital* Indomaret.

1. 2. 2 Tujuan dilakukannya Kerja Magang

Tujuan penulis melakukan magang di divisi *digital marketing* PT Indomarco Prismatama mencakup beberapa aspek penting yang diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan pribadi dan profesional, serta mendukung kinerja perusahaan dalam ranah pemasaran digital. Serta pemenuhan mata kuliah *internship* di Universitas Multimedia Nusantara sebagai berikut:

1. Pemenuhan mata kuliah *Internship*. Pemenuhan mata kuliah *internship* ini sebagai salah satu syarat kelulusan perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Memahami strategi Pemasaran *Digital*. Aktivitas magang di PT Indomarco Prismatama bertujuan untuk mempelajari bagaimana Indomaret merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang sukses. Ini mencakup pemahaman tentang proses perencanaan kampanye, penentuan target audiens, pengelolaan iklan digital, serta analisis kinerja kampanye untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasaran. Dengan belajar dari para profesional di Indomaret, penulis berharap dapat memahami praktik terbaik dalam pemasaran digital dan cara mengaplikasikannya dalam konteks bisnis nyata.
3. Menerapkan teori ke praktik: Magang ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori pemasaran yang telah dipelajari di bangku kuliah ke dalam praktik nyata. Dengan terlibat langsung dalam aktivitas pemasaran digital di Indomaret, penulis dapat melihat bagaimana konsep-konsep pemasaran diterapkan dalam situasi dunia nyata dan menilai efektivitasnya. Pengalaman ini diharapkan dapat memperkuat pemahaman teoretis dan memberikan wawasan praktis yang berguna untuk karir di masa depan.
4. Berpartisipasi dalam proyek nyata. Penulis bertujuan untuk berkontribusi secara langsung dalam proyek-proyek nyata di Indomaret, seperti kampanye media sosial dan event *marketing*. Melalui partisipasi aktif dalam proyek-proyek ini, penulis akan mendapatkan pengalaman praktis yang berharga, memahami tanggung jawab profesional, dan belajar bekerja dalam tim untuk mencapai tujuan bersama. Selain itu, penulis berharap dapat membangun jaringan profesional dengan rekan kerja, mentor, dan profesional lainnya di industri, yang dapat menjadi aset berharga bagi karir di masa depan.

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, penulis berharap pengalaman magang di divisi *digital marketing* PT Indomarco Prismatama tidak hanya memberikan manfaat akademis dan profesional, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi perkembangan dan kesuksesan perusahaan. Pengalaman ini akan membantu penulis mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk sukses dalam bidang digital marketing, serta membangun dasar yang kuat untuk karir masa depan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang yang dilaksanakan di PT Indomarco Prismatama berlangsung selama 4,5 bulan dengan durasi waktu kerja minimal sebanyak 640 jam sesuai dengan panduan MBKM Track 1. Pelaksanaan praktik kerja dilaksanakan secara *WFO (Work from Office)* di kantor pusat Indomaret pada hari Senin sampai Jumat.

Berikut informasi mengenai pelaksanaan kerja magang:

- Nama Perusahaan : PT Indomarco Prismatama (*Indomaret Group*)
- Alamat : Gedung Menara Indomaret *Head Office* PIK. Jalan Boulevard Pantai Indah Kapuk, Kamal Muara, Penjaringan, Jakarta Utara 14470
- Waktu Pelaksanaan : 16 Februari – 30 Juni 2024
- Waktu Kerja : 08:00 – 17:00 (Senin – Jumat)
- Posisi Magang : *Digital Marketing Internship*

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Mengikuti Pembekalan Magang:

Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen UMN.

2. Mengisi KRS MSIB *Internship*:

Mengisi KRS *Internship* di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 SKS dan tidak ada nilai D & E. Selain itu, melakukan request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.

3. Pengisian Data Perusahaan:

Mengisi data perusahaan dalam rangka mendapatkan persetujuan dari kaprodi dan mendapatkan KM-01.

4. Pengisian Data Tambahan:

Mengisi data kembali terkait perusahaan, job description yang dikerjakan, serta data mentor dari pihak perusahaan dalam rangka mendapatkan surat KM-02 untuk melaksanakan pengisian laporan harian kerja magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1. Mengajukan Lamaran Pekerjaan melalui *website* Kampus Merdeka:

Mengajukan lamaran pekerjaan melalui *website* Kampus Merdeka dengan cara membuat akun pada portal Kampus Merdeka dan mengisi data diri, *CV*, *portfolio* dan sertifikat organisasi.

2. Pengajuan Lamaran:

Melakukan pengajuan lamaran *internship* pada portal Kampus Merdeka dengan maksimal 22 lowongan perusahaan dengan divisi yang dipilih.

3. Pertemuan Seputar Informasi Kegiatan di Indomaret *Group*

Setelah lolos tahap seleksi *CV*, Indomaret membuat *whatsapp group* yang berisikan beberapa calon peserta magang dan mengadakan pertemuan secara daring pada tanggal 11 Januari 2024. Pertemuan tersebut menjelaskan tentang rangkaian gambaran aktivitas yang akan dilakukan selama magang di perusahaan Indomaret serta menanyakan kesediaan calon peserta magang untuk menjalankan aktivitas tersebut.

4. *Interview User*:

Setelah calon peserta magang menyatakan ketersediaan untuk mengikuti rangkaian aktivitas di perusahaan Indomaret *Group*, peserta akan mengikuti proses *interview* dari pihak *recruiter* Indomaret. Penulis mendapatkan jadwal *interview* pada 12 Januari 2024 oleh Ibu Jeanne Gabriella Jiwanggi (*recruiter* Indomaret).

5. Penerimaan dan Pembekalan:

Pihak perusahaan melakukan pengumuman penerimaan untuk magang di PT Indomarco Prismatama pada tanggal 12 Januari 2024 di hari yang sama dengan *interview* melalui portal Kampus Merdeka.

6. Memulai Program Magang:

Peserta magang memulai program kerja magang pada tanggal 16 Februari 2024 yang berakhir pada 30 Juni 2024.