

BAB I

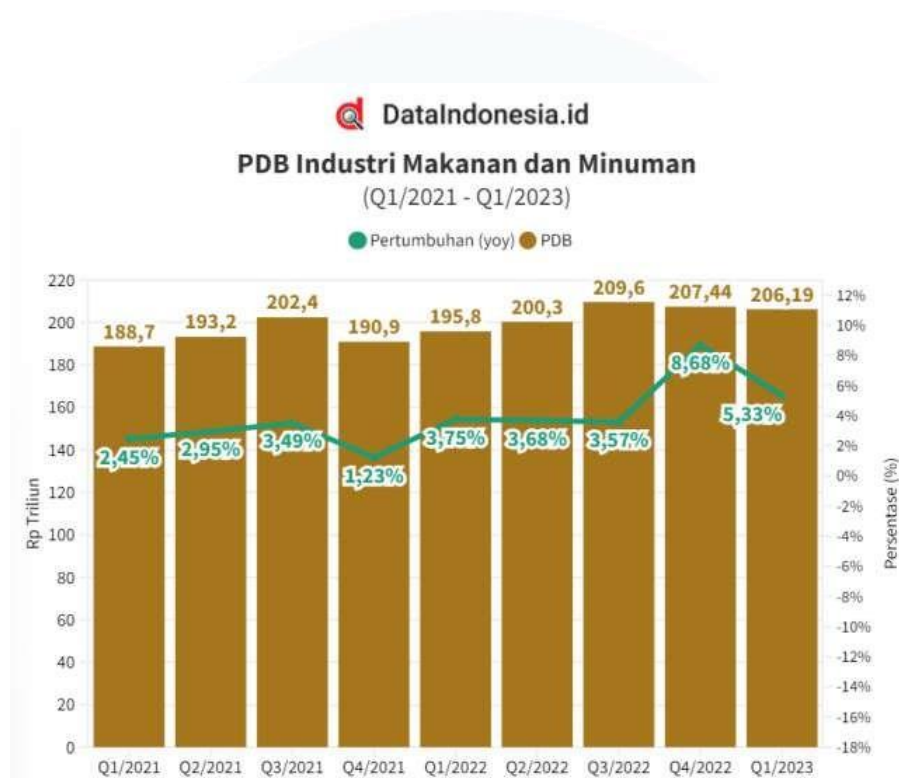
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan, khususnya di daerah perkotaan. Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak di dunia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) yang diambil dari hasil pendataan Survei Susenas 2021, sebanyak 62,10 persen dari populasi Indonesia telah menggunakan internet pada tahun 2021. Tingginya tingkat penggunaan internet ini mencerminkan keterbukaan terhadap informasi serta luasnya penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi (BPS, 2022).

Tingkat pengguna internet yang tinggi di Indonesia tidak terlepas dari pesatnya perkembangan teknologi. Masyarakat Indonesia kini menjadikan internet sebagai alat pencarian informasi, salah satunya untuk pencarian ulasan dan referensi. *Google review* merupakan salah satu wadah yang memberikan informasi mengenai ulasan lokasi, wisata, hotel, restoran, dan sebagainya. Perkembangan internet telah memicu pertumbuhan berbagai industri, termasuk industri makanan dan minuman. Kini, masyarakat dapat dengan mudah mencari referensi makanan dan minuman melalui ulasan yang ada.

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang sangat penting bagi kebutuhan semua orang. Berdasarkan data BPS, sekitar 5,33% dalam industri makanan dan minuman pada kuartal I/2023. Angka Produk Domestik Bruto (PDB) Atas Dasar Harga Konstan (AHDK) juga meningkat dari Rp195,75 Triliun menjadi Rp206,17 Triliun pada kuartal I/2022 (Pratiwi, 2023). Oleh karena itu, sektor ini perlu menggunakan teknologi untuk memberikan kemudahan kepada konsumen dan mengembangkan inovasi dalam teknologi digital (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2021). Salah satu perusahaan yang berhasil memanfaatkan peluang ini untuk berinovasi dan memberikan kemudahan pada konsumen adalah PergiKuliner.



Gambar 1.1 PDB Industri Makanan dan Minuman
 Sumber: Badan Pusat Statistik 2023

PergiKuliner adalah platform daring yang menyediakan informasi direktori serta ulasan tentang restoran-restoran yang tersedia di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek), Bandung dan Surabaya (PergiKuliner.com, 2024). PergiKuliner menyediakan layanan bagi individu yang ingin menemukan tempat makan sesuai dengan preferensi mereka berdasarkan ulasan.

Departemen pemasaran adalah salah satu departemen yang dimiliki oleh PT Online Media Guna (PergiKuliner). Departemen pemasaran merujuk pada cara perusahaan menginformasikan, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen tentang produk dan merek yang mereka tawarkan, baik secara langsung maupun tidak langsung (Kotler & Keller, 2016). departemen pemasaran di PergiKuliner bertugas untuk mempromosikan program-program yang tersedia di platform tersebut, serta meningkatkan kesadaran akan merek, termasuk melalui strategi pemasaran acara.

Beberapa tahun terakhir, PergiKuliner telah berhasil mengidentifikasi peluang pertumbuhan dengan memperluas cakupan bisnisnya melalui kegiatan *offline activation*, seperti mengadakan berbagai acara khusus di bidang kuliner. Dengan sukses menyelenggarakan acara kuliner di pusat perbelanjaan, PergiKuliner terus mencari peluang baru dengan mengadakan acara di kantor, kampus, dan area terbuka dengan mengundang penyewa F&B.

Kegiatan tersebut dikelola oleh sub-unit departemen pemasaran yaitu *event marketing*. Pada departemen pemasaran, *event marketing* berperan penting dalam mempromosikan merek PergiKuliner untuk meningkatkan kesadaran akan merek tersebut. *Event marketing* adalah salah satu strategi promosi di mana suatu perusahaan atau mereka terlibat dalam suatu acara atau kegiatan dengan tujuan menciptakan pengalaman bagi konsumen dalam mempromosikan produk atau layanan yang ditawarkan (Belch & Belch, 2021). *Brand activation* telah menjadi opsi utama yang banyak diambil oleh para profesional penjualan dan pemasaran. Strategi ini memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap sebuah merek (Brown et al., 2021). Dalam *event marketing* yang diselenggarakan, beberapa *brand activation* diimplementasikan untuk memungkinkan pengunjung merasakan langsung pengalaman menggunakan aplikasi atau situs PergiKuliner.

Dalam prosesnya, penyelenggaraan acara melibatkan aktivitas pemasaran untuk menarik partisipasi penyewa dan pengunjung. Oleh karena itu, peran *event marketing* menjadi sangat krusial. Hal ini menjadi tantangan baru yang sering menarik minat peserta magang untuk memahami lebih lanjut tentang manajemen acara dan peran pemasaran acara dalam penyelenggaraan acara di PergiKuliner.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas divisi *Event Marketing* di PergiKuliner. Adapun tujuan dari aktivitas pelaksanaan magang ini sebagai berikut:

1. Mempelajari detail tentang standar kerja sebagai bekal dalam menjalani jenjang karir yang sesungguhnya.
2. Mengetahui dan mempelajari proses kerja divisi *Event Marketing* pada PT Online Media Guna (PergiKuliner).
3. Meningkatkan *soft skills* dan *hard skills* agar lebih siap dan relevan dengan kebutuhan zaman.
4. Mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan tentang *Marketing Management* dan *MICE Management* yang telah dipelajari pada masa perkuliahan pada PT Online Media Guna (PergiKuliner).

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan dengan total durasi 80 hari kerja atau setara dengan 640 jam kerja, mengikuti ketentuan Panduan MBKM Magang Track 1 dan petunjuk yang diberikan oleh Program Studi. Dimulai dari bulan Januari 2024, dengan jam kerja normal Senin s.d. Jumat dari pukul 09.00 WIB s.d. 18.00 WIB, namun catatan waktu kerja dapat menyesuaikan jika diperlukan kerja tambahan di luar jam kerja normal.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Pelaksanaan kerja magang dimulai dengan mengambil mata kuliah Pre-Activities.
2. Kemudian menghadiri pembekalan yang diadakan oleh Program Studi Manajemen UMN melalui sesi zoom meeting.

3. Sebelum memulai pelaksanaan magang, mahasiswa harus mengisi KRS *internship* di platform myumn.ac.id setelah menyelesaikan minimal 90 sks dan tanpa ada nilai D & E. Selain itu, mereka juga diminta untuk meminta transkrip nilai dari awal hingga akhir semester sebelum magang melalui portal gapura.umn.ac.id.
4. Mahasiswa berhak untuk mengajukan lebih dari satu permohonan KM-01 dengan mengisi formulir Google Form yang disediakan melalui email. Permohonan ini dimaksudkan untuk memverifikasi tempat magang yang memenuhi syarat, dan jika disetujui akan menerima KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
5. Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak kampus, mahasiswa diminta untuk mengisi dan mengirimkan formulir Registrasi melalui merdeka.umn.ac.id.

B. Proses Administrasi Kampus (UMN)

Proses pengajuan praktik kerja magang dimulai dengan mengisi formulir KM-01 yang tersedia. Setelah formulir tersebut disetujui, mahasiswa akan menerima email konfirmasi KM-02. Email ini memuat instruksi untuk memasukkan kode KM-02 ke dalam platform registrasi magang yang terdapat di website merdeka.umn.ac.id. Setelah proses registrasi selesai, mahasiswa dapat mulai menyusun dan melaksanakan tugas harian mereka.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Praktik kerja magang dilakukan dengan posisi sebagai *Event Marketing* di Departemen *Marketing*. Mahasiswa akan terlibat dalam berbagai kegiatan pemasaran dan promosi acara yang diselenggarakan oleh departemen.
2. Selama pelaksanaan praktik kerja akan mendapatkan penugasan dan kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Didampingi oleh Agnes Viriana Arsata, yang merupakan Koordinator *Event Marketing*. Agnes Viriana

Arsata selaku pembimbing lapangan akan memberikan arahan dan bimbingan.

3. Pengisian dan penandatanganan MBKM dilakukan selama proses praktik kerja magang berlangsung. Mengajukan lembar penilaian kerja magang kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang melalui situs merdeka.umn.ac.id.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Pembuatan laporan praktik kerja magang akan dipandu oleh dosen pembimbing yaitu Nurina Putri Handayani, SE., MM. Nurina Putri Handayani, SE., MM akan memberikan arahan selama praktik kerja magang. Pertemuan antara mahasiswa dan Dosen Pembimbing dilakukan secara daring dan tatap muka untuk diskusi yang lebih mendalam.
2. Setelah selesai, laporan praktik kerja magang akan diserahkan oleh mahasiswa. Laporan ini kemudian akan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Manajemen sebelum diproses lebih lanjut.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui akan diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.