

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kegiatan kerja magang adalah jenis pelatihan di mana siswa bekerja secara langsung di dunia kerja industri atau perusahaan. Selama magang, dalam mendukung kegiatan kerja magang tersebut mahasiswa mengambil jurusan yang sesuai dengan jurusan mereka dan memperoleh pengetahuan baru yang akan mereka gunakan untuk bekerja nanti. Penulis berharap dengan menjalankan Praktek Kerja Magang dapat menyelesaikan langkah-langkah yang akan memudahkan jalan mengambil program mata kuliah Internship (Laporan Magang) dan dapat menyelesaikan langkah-langkah yang akan memudahkan mereka untuk mengambil program studi Sarjana (S1) Fakultas Bisnis di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, mahasiswa memperoleh pemahaman yang mendalam tentang realitas dunia kerja.

Magang termasuk dalam kurikulum dan praktikum profesional, menurut Chen et al. (2011), dan dilakukan untuk memungkinkan siswa mendapatkan pengalaman langsung dalam dunia kerja dengan bekerja di industri. Ketika mahasiswa melakukan kerja magang, mereka juga dapat bersosialisasi dengan rekan kerja mereka. PT. Mukti Mahaka Utama adalah salah satu perusahaan magang yang memiliki banyak peluang untuk memperluas pengetahuan yang telah kami pelajari. Selain itu, ide-ide yang terkandung dalam kegiatan magang ini memiliki potensi untuk membantu mempraktikkan teori-teori tersebut dalam dunia kerja nyata. Ini akan memungkinkan mahasiswa untuk meningkatkan kemampuan mental dan fisik mereka untuk memenuhi standar profesional.

Dalam dunia bisnis, peran Admin Marketing penting dalam mengelola strategi pemasaran dan promosi produk atau jasa dalam suatu perusahaan. Admin marketing berperan penting dalam mencapai tujuan perusahaan, tugas dan tanggung jawab admin marketing yaitu melakukan pencatatan penjualan, membereskan dokumen – dokumen, membuat surat penawaran, membuat invoice penagihan dan mencetak dokumen berbentuk foto yang akan di print nantinya.

Perusahaan harus memiliki pemahaman yang baik tentang target konsumen yang sesuai, melalui pemasaran, perusahaan dapat mengkomunikasikan keunggulan produk kepada konsumen, menarik

mereka untuk mencoba produk tersebut, dan kemudian membuat keputusan untuk membeli. Promosi adalah salah satu aspek manajemen pemasaran karena dengan adanya promosi membuat konsumen yang semula tidak tertarik terhadap produk tersebut berubah pikiran untuk mencoba produk tersebut.

Seperti yang dinyatakan oleh Ulbert Silalahi, "Administrasi dalam arti sempit merupakan penyusunan dan pencatatan data dan informasi secara sistematis dengan maksud untuk menyediakan keterangan serta memudahkan memperolehnya kembali secara keseluruhan dan dalam hubungannya satu sama lain" (Silalahi, 2009: 5), maka dapat disimpulkan bahwa administrasi dalam arti sempit adalah penyusunan dan pencatatan data dengan tujuan untuk mempermudah perolehan kembalinya. Jadi, tujuannya hanya sebagai data atau catatan untuk memberikan informasi dan membuatnya lebih mudah untuk mendapatkan kembali jika dibutuhkan.

Namun, menurut Sondang P. Siagian, "Administrasi adalah keseluruhan proses pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang terlibat dalam suatu bentuk usaha kerja sama demi tercapainya tujuan yang ditentukan sebelumnya" (Siagian, 2006:2). Dari definisi ini, dapat disimpulkan bahwa administrasi adalah proses yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang disepakati bersama.

Penulis mengambil kesimpulan dari kedua definisi tersebut bahwa administrasi adalah proses yang sistematis dan terorganisasi untuk menyediakan keterangan dan informasi serta mempermudah memperolehnya kembali dengan melakukan proses pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh dua atau lebih orang untuk mencapai suatu tujuan bersama.

Menurut Kotler dan Keller (2009:6), Asosiasi Pemasaran Amerika mendefinisikan pemasaran sebagai "Pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya." Kotler dan Armstrong (2012:29) mendefinisikan pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai untuk pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan."

Menurut Sofjan Assauri (2013:12), "manajemen pemasaran adalah kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang".

“Pemasaran dapat dideskripsikan sebagai proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa,” menurut David (2011:198)

Berdasarkan pada definisi pemasaran yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai dengan tujuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap produk dan jasa, yang mengarah pada pembentukan hubungan pelanggan yang mengarah pada penjualan. Pemasar adalah orang yang bekerja di bidang pemasaran. Pemasar ini harus mahir dalam meningkatkan permintaan untuk barang yang dijual.

PT Mukti Mahaka Utama bergerak dalam bidang konstruksi yang membutuhkan marketing sebagai cara memasarkan produk agar pembeli lebih banyak dan selama magang penulis dibutuhkan karena penulis dapat membantu beberapa strategi pemasaran yang efektif salah satunya membuat akun Instagram dan Website.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Tujuan dari praktik kerja magang adalah agar penulis dapat mengenal dunia kerja nyata. Program magang ini menjadi syarat kelulusan S1 Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara yang berlangsung selama 640 jam. Tujuan penulis adalah untuk :

1. Menerapkan ilmu dan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dunia kerja nyata. Memperluas pengetahuan tentang dunia industri termasuk tantangan apa saja yang dihadapi.
2. Memahami perbedaan antara lingkungan kerja secara langsung termasuk struktur organisasi.
3. Membangun hubungan profesional dengan orang – orang industri termasuk rekan kerja. Hal ini dapat membuka peluang kerja di masa depan dengan memberikan wawasan networking dalam dunia kerja.
4. Mendapatkan pengalaman kerja yang berharga yang dapat meningkatkan daya saing di pasar kerja setelah lulus kuliah.

## 1.1. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.1.1. Waktu Kerja Magang

Penulis telah menjalani 640 jam praktek kerja magang sesuai dengan persyaratan Prodi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Berikut adalah detail tentang praktek kerja magang yang mereka jalani :

Nama Perusahaan : PT. Mukti Mahaka Utama

Bidang Usaha : Konstruksi

Alamat : Perum Bumi Asri, Blk. B No.29, RT.01/RW.14, Sukamantri, Kec. Ps. Kemis, Kabupaten Tangerang, Banten 15560

Waktu Pelaksanaan : 02 Januari 2024 – 30 April 2024

Waktu Kerja : *Work Form Office* Senin – Kamis, Pukul 07:30 – 17:00, Jumat, Pukul 08:00 – 17:30

Posisi Magang : *Admin Marketing*

### 1.1.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Saat ingin melaksanakan program kerja magang, penulis melakukan beberapa langkah. Berikut adalah prosedur kerja magang yang diikuti oleh penulis:

1. Tahap pengajuan
  - a. Pada tanggal 18 Desember 2023, Pk 08:00 penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) kepada HRD PT. Mukti Mahaka Utama.
2. Tahap rekrutmen
  - a. Pada tanggal 26 Desember 2023, Pk 10:00 penulis melakukan *Interview* secara *Daring Online* melalui Zoom.
3. Tahap penerimaan

- a. Pada tanggal 27 Desember 2023, penulis di informasikan akan melaksanakan kerja magang di perusahaan selama periode waktu 4 bulan dengan 8,5 jam per hari kerja.

#### 4. Tahap praktek kerja magang

- a. Pada tanggal 02 Januari 2024, penulis mulai melaksanakan praktek kerja magang di perusahaan.
- b. Penulis melakukan bimbingan program magang dengan dosen pembimbing magang yang sudah ditetapkan oleh Prodi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
- c. Penulis membuat laporan magang pada tahapan terakhir dengan mengumpulkan data menjadi sebuah karya tulisan yang digunakan sebagai salah satu syarat kelulusan penulis agar mendapatkan gelar Sarjana (S1) Manajemen.