

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era serba digital ini, perkembangan teknologi dapat dikatakan cukup pesat. Dengan berkembangnya teknologi, tentu dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan dan pengelolaan setiap bidang bisnis. Sehingga dengan adanya teknologi yang semakin canggih dapat membuat internet semakin mudah untuk diakses sehingga menyebabkan terjadinya pergeseran teknik pemasaran secara cepat. Dengan memanfaatkan teknologi diharapkan dapat membuat dampak yang signifikan untuk dunia bisnis yang semakin kompetitif. Perusahaan yang menerapkan teknologi pada strategi bisnisnya akan dapat bersaing dalam suatu persaingan. Dalam meningkatkan persaingan usaha dan penjualan produk, Salah satu perubahan paling signifikan adalah pergeseran dari strategi pemasaran konvensional ke pemasaran digital. Pemasaran digital adalah penggunaan alat-alat elektronik dan teknologi informasi (termasuk internet, ponsel, dan platform media sosial) untuk membantu perusahaan mempromosikan dan menjual produk dan layanan mereka (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2016). Ini telah menjadi komponen penting untuk sebuah perusahaan yang ingin tetap bersaing pada pasar kompetitif. Oleh karena itu, setiap perusahaan mau tidak mau harus mulai beradaptasi. Hampir seluruh perusahaan baik itu skala besar hingga kecil mulai atau sudah menggunakan teknologi dalam membuat perencanaan untuk menjalankan bisnis agar dapat selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman untuk meningkatkan pelayanannya. Dengan menerapkan teknologi dalam bisnis tentu memiliki dampak positif terhadap suatu perkembangan bisnis, dampak tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

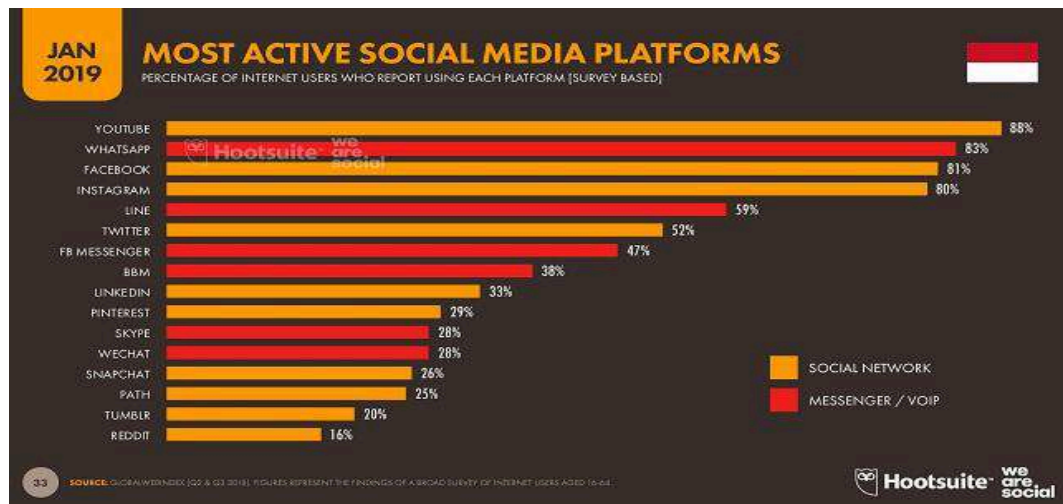
1. Mengurangi biaya operasional: Kemajuan teknologi seperti sistem informasi dapat mengurangi biaya operasional, yang dimana dapat mempercepat proses seperti penggajian, pencatatan kehadiran, dan penilaian kinerja. Teknologi tersebut dapat membantu memungkinkan

perusahaan untuk memantau data secara real time, mengurangi kebutuhan proses secara manual yang menggunakan dokumen kertas dan lain-lain. Dengan adanya bisnis secara online yang menggunakan teknologi memungkinkan perusahaan untuk beroperasi tanpa harus memiliki toko fisik, mencetak materi pemasaran, atau memenuhi kebutuhan operasional lainnya, karena semua ini dapat diatasi oleh teknologi, sehingga dapat mengurangi pengeluaran biaya untuk peralatan dan perlengkapan.

2. Meningkatkan produktivitas: Dengan menggunakan teknologi perusahaan dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi pekerjaan, yang dimana sebelumnya masih secara manual dan lebih lambat untuk diselesaikan. Sehingga setiap proses pekerjaan dapat terlaksana dengan cepat dengan hasil yang maksimal.
3. Komunikasi dapat teratur: Dengan teknologi, akan menciptakan komunikasi yang baik antara perusahaan dengan distributor; perusahaan dengan pelanggan; karyawan dengan karyawan; dan lainnya dapat lebih efektif dan efisien. Email/media sosial adalah salah satu hasil dari teknologi bertukar pesan yang dimana komunikasi tersebut dapat dilakukan antar personal dan di mana saja, kapan saja, cepat dengan tanpa mengeluarkan biaya yang tinggi.
4. Pemasaran lebih cepat dan luas: Sebelum penggunaan internet meluas, perusahaan memasarkan produk seringkali membutuhkan biaya tinggi dengan hasil yang kurang optimal. Namun, dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih terutama internet, pemasaran menjadi

lebih mudah. Baik perusahaan besar maupun kecil dapat memasarkan produk dengan mendapatkan *feedback* yang signifikan, tentunya dengan strategi pemasaran yang disesuaikan.

Perkembangan teknologi terkhususnya pada media sosial sangat berpengaruh terhadap perubahan wajah sektor usaha, termasuk pelaku usaha kecil mikro menengah (UMKM) Indonesia. Banyak bidang yang dilibatkan dalam pemanfaatan media sosial ini, salah satunya ialah dunia bisnis. Kini, di samping sebagian besar pebisnis menjalankan bisnisnya secara offline, pengusaha pun menjalankan bisnisnya secara online dengan melibatkan media sosial sebagai sarana promosinya. Berdasarkan Survei Sea Insights diketahui bahwa, sebanyak 54% responden pengusaha UMKM semakin adaptif menggunakan media sosial untuk meningkatkan penjualan. Media sosial menjadi wadah yang cocok dalam mengkomunikasikan suatu bisnis khususnya berbasis online Sulaeman (2020). Media sosial dapat dijadikan oleh para pengusaha sebagai sarana dalam mengembangkan sebuah bisnis, bahkan hingga mempertahankan identitas bisnis tersebut. Tentunya media sosial pun menjadi perantara antara pengusaha dan konsumennya dalam mengomunikasikan produk yang dijualnya sekaligus profil yang dimiliki bisnisnya tersebut.



**Gambar 1.1 Media sosial yang aktif digunakan**

Sumber: Jagoan Hosting 2020

Berdasarkan data statistik pada Gambar 1.1. Kehadiran media sosial telah memberikan dampak besar terhadap kehidupan sosial masyarakat, tidak hanya sebagai alat komunikasi, namun juga sebagai sarana untuk mendapatkan informasi serta mempromosikan bisnis atau usaha. Internet memainkan peran penting dalam kesuksesan perusahaan dan pengusaha dengan membantu mereka mencapai pasar yang lebih luas. Digital *marketing* merupakan teknik dalam memasarkan produk dengan memberikan layanan menggunakan media digital Tri Rachmadi (2020). Salah satu strategi yang populer adalah melalui digital *marketing*, yang mencakup penggunaan website, media sosial, email *marketing*, video *marketing*, periklanan, dan *Search Engine Optimization* (SEO). Keberhasilan dalam menerapkan strategi digital *marketing* dapat memberikan dampak positif dalam mencapai pasar yang dituju. Komunikasi pemasaran menjadi kunci dalam digital marketing, karena memainkan peran penting dalam menarik minat konsumen terhadap produk atau layanan. Tjiptono (2011) menjelaskan bahwa komunikasi pemasaran merupakan strategi bisnis perusahaan dengan berupaya dalam menyampaikan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan target pasar mengenai perusahaan serta produk yang ditawarkan, hal tersebut bertujuan agar pasar dapat bersedia menerima,

membeli, dan tetap setia terhadap produk yang ditawarkan. Dengan digital *marketing*, penjual dapat terhubung langsung dengan konsumen, menjangkau pasar yang lebih luas, dan mengurangi biaya pemasaran. Namun terdapat tantangan baru yang harus dihadapi oleh setiap perusahaan dalam menghadapi transformasi digital yaitu menciptakan teknik pemasaran yang menarik dan relevan secara konsisten di platform media sosial. Meskipun peluang audiens terhitung sangat besar, namun persaingan untuk mendapatkan perhatian dari konsumen juga semakin ketat. Sehingga perusahaan perlu mengembangkan strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif agar dapat mempertahankan minat dan keterlibatan audiens yang tinggi. Tampilan pada media sosial tidak hanya berupa pemasaran secara digital, tetapi perusahaan harus bisa memahami kebutuhan konsumen, membangun identitas merek, serta berinteraksi dengan pelanggan.

Penulis menjalankan periode praktik kerja magang di Skystar Ventures yang dimana sebagai inkubator terhadap pengembangan bisnis startup di Indonesia. Salah satu startup yang mendapatkan bimbingan tersebut adalah Angkringan Nangkring. Penulis berperan dalam digital *marketing* terhadap Angkringan Nangkring. Salah satu tanggung jawabnya adalah mendapatkan konsep konten yang menarik dan relevan dengan tujuan menciptakan *brand awareness* dan *engagement* terhadap Angkringan Nangkring agar lebih dikenal dikalangan luas. Salah satu cara untuk mengetahui seberapa efektif pemasaran media sosial adalah dengan melihat berapa banyak interaksi konten yang terjadi pada setiap unggahan (Arya & Pratama, 2022). Angkringan Nangkring sendiri merupakan salah satu contoh warung kaki lima yang berhasil menarik perhatian masyarakat dengan konsepnya yang unik dan inovatif. Angkringan Nangkring tidak hanya sekadar menjadi tempat untuk makan dan minum, tetapi juga menjadi tempat untuk berkumpul, berbagi cerita, dan menikmati suasana santai yang khas. Dengan menyajikan hidangan tradisional yang otentik namun dengan sentuhan modern, Angkringan Nangkring berhasil menciptakan pengalaman kuliner yang

menyenangkan bagi pelanggan mereka. Tentunya dengan mengikuti perkembangan digital pada saat ini, Angkringan Nangkring menerapkan strategi bisnis dengan menggunakan pemasaran digital melalui media sosial instagram sebagai salah satu sarana promosi untuk menciptakan *brand awareness* dan *engagement* terhadap Angkringan Nangkring agar lebih dikenal dikalangan luas.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Selain untuk memenuhi syarat kelulusan yang ditetapkan dari Universitas Multimedia Nusantara, selama menjalankan praktik kerja magang di Skystar Ventures, penulis ditetapkan pada posisi *Chief Marketing Officer (CMO)* dengan memfokuskan pada digital *marketing* terhadap Angkringan Nangkring dengan maksud untuk mendapatkan wawasan yang lebih tentang kewirausahaan. Dengan demikian, magang ini tidak hanya berfokus pada penerapan praktik langsung di lapangan, tetapi juga mengarah pada pemahaman yang lebih luas tentang ekosistem bisnis yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan bisnis kuliner di Indonesia. Ini termasuk aspek-aspek seperti manajemen operasional, strategi pemasaran, pengembangan produk, serta pemahaman yang lebih mendalam tentang pasar dan pelanggan. Secara khusus, tujuan aktivitas pelaksanaan magang ini diuraikan sebagai berikut:

1. Mempelajari pengelolaan media sosial untuk meningkatkan penjualan dan memberikan *awareness* terhadap audiens luas dengan pembuatan konten yang kreatif dan relevan.
2. Mempelajari dan menguasai berbagai platform media sosial serta teknik-teknik pemasaran online seperti *Search Engine Optimization (SEO)*, *Search Engine Marketing (SEM)*, dan *Social Media Marketing (SMM)*.
3. Mengembangkan dan melaksanakan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk.

4. Berkontribusi dalam pengembangan konten kreatif dan strategi *branding* yang sesuai dengan target pasar.
5. Mendapatkan pemahaman praktis tentang strategi pemasaran digital yang efektif.
6. Mendapatkan wawasan yang lebih luas tentang dinamika bisnis kuliner, termasuk tren pasar, persaingan industri, perubahan perilaku konsumen, dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kesuksesan dalam sebuah bisnis.

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

#### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Aktivitas pelaksanaan praktik kerja magang di Skystar Ventures sebagai *Digital Marketing* pada Angkringan Nangkring dimulai dari 29 Januari 2024. Pada saat laporan ini dibuat, penulis telah menyelesaikan praktik kerja magang dengan durasi 640 jam kerja (Januari – Mei 2024), sesuai dengan panduan MBKM *internship track 01* dan sesuai dengan arahan dari Kepala Program Studi Prodi Manajemen. Sistem kerja yang dilakukan adalah *Work From Office* (WFO) dan waktu kerja yang dijalankan adalah setiap hari kecuali tanggal merah dan hari besar, dimulai dari jam 16.00 - 23.00 WIB di daerah Serpong Park, Jelupang Raya, Tangerang Selatan, Banten.

**Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan**

Hari	Keterangan	Jam Kerja
Senin	Jam Operasional Angkringan	16.00 - 23.00
Selasa	Jam Operasional Angkringan	16.00 - 23.00
Rabu	Jam Operasional Angkringan	16.00 - 23.00

Kamis	Jam Operasional Angkringan	16.00 - 23.00
Jumat	Jam Operasional Angkringan	16.00 - 23.00
Sabtu	Jam Operasional Angkringan	16.00 - 23.00
Minggu	Jam Operasional Angkringan	16.00 - 23.00

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan praktek kerja magang, penulis menerapkan prosedur yang telah ditetapkan sesuai dengan pedoman yang tercantum dalam buku panduan MBKM Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Dapat diuraikan secara bertahap sebagai berikut:

1. Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen via zoom meeting.
2. Mengisi KRS *internship track 01* di [myumn.ac.id](http://myumn.ac.id) dengan syarat telah menempuh 110 sks.
3. Mengikuti program Kampus Merdeka yang diselenggarakan di Universitas Multimedia Nusantara yaitu Wirausaha Merdeka (WMK).
4. Melakukan pertemuan pertama kali dengan seluruh kelompok yang mengikuti program WMK. Kegiatan pada tahap ini adalah pembekalan awal program WMK.
5. Penulis bersama tim mulai melakukan pengembangan ide bisnis dan melakukan eksekusi ide bisnis yang bernama Angkringan Nangkring.



6. Penulis bersama tim mengikut berbagai pertemuan yang diadakan oleh panitia dari program WMK untuk menambah wawasan kami dalam melakukan pengembangan bisnis.
7. Melakukan pencatatan terhadap seluruh aktivitas kerja magang yang dilakukan di Angkringan Nangkring pada daily task yang diberikan kepada mahasiswa.
8. Melakukan penyusunan laporan kerja magang sesuai dengan arahan dari dosen pembimbing magang.
9. Melakukan pengumpulan laporan kerja magang tepat waktu sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
10. Mengikuti sidang magang yang saya lakukan di Angkringan Nangkring, sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.