

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri FMCG bergerak dalam produk makanan dengan singkatan *Fast Moving Consumer Goods* yang artinya barang-barang konsumen yang bergerak cepat. Menurut Kho (2024) FMCG adalah kategori produk yang diperjualbelikan dengan cepat dan secara rutin dengan harga yang relatif rendah. Produk FMCG biasanya memiliki umur simpan yang pendek, konsumen membelinya secara reguler, dan sering kali dibeli tanpa perencanaan yang jauh di depan. Contoh produk FMCG meliputi makanan olahan, minuman, produk kebersihan pribadi, produk perawatan pribadi, produk rumah tangga, dan barang-barang sehari-hari lainnya. Industri FMCG biasanya sangat kompetitif dan bergantung pada strategi pemasaran, distribusi yang efisien, dan inovasi produk untuk berhasil dalam pasar yang bergerak cepat.

F&B adalah sub sektor dari industri FMCG yang merupakan singkatan dari “*Food & Beverage*”. Industri F&B berkaitan dengan produksi, distribusi, dan penjualan makanan dan minuman. Industri ini mencakup segala sesuatu mulai dari produksi bahan mentah hingga produk jadi yang dapat dikonsumsi, serta layanan yang terkait dengan penyediaan makanan dan minuman, seperti restoran, kafe, catering, dan layanan penyediaan makanan di hotel. Industri F&B sangat luas dan beragam, mencakup segmen pasar dari B2B, makanan cepat saji hingga restoran mewah.

Seiring perkembangan jaman, industri F&B di Indonesia juga turut berkembang pesat dengan pengaruh masuknya budaya asing yang berdampak pada gaya hidup masyarakat Indonesia dalam mengonsumsi makanan. Masyarakat Indonesia yang terbiasa dengan rasa nusantara mulai terpengaruh dengan makanan-makanan khas luar negeri. Hal ini bisa dilihat dari maraknya pertumbuhan bisnis F&B dari tahun ke tahun baik UMKM, restoran, hingga perusahaan manufaktur dan distribusi. Berdasarkan Data Industri Research, pertumbuhan industri F&B di

Indonesia dari tahun 2011-2023 terus meningkat melanjutkan hasil positif dari tahun-tahun sebelumnya.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Makanan & Minuman

Sumber: Data Industri Research (2023)

F&B dapat diartikan dalam berbagai bentuk sektor usaha meskipun seluruhnya tetap berkaitan dengan makanan dan minuman. Berdasarkan esb.id (ESB, 2023) beberapa jenis usaha F&B dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Perusahaan Manufaktur Sektor Pangan: Perusahaan manufaktur yang mengolah bahan dasar atau mentah menjadi produk yang siap digunakan.
2. Hotel: Restoran yang merupakan bagian dari hotel.
3. Restoran: Menyediakan makanan dan minuman yang disiapkan untuk dikonsumsi di tempat oleh pelanggan
4. UMKM: Sektor usaha yang terdiri dari usaha kecil dan menengah serta usaha mikro.

Perusahaan manufaktur dalam sektor pangan di Indonesia sudah sangat berkembang dan berfaktor besar pada ekonomi negara. Berdasarkan data dari Cari Saham (Carisaham, 2024) beberapa perusahaan yang tergabung di sektor ini adalah PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk, PT Triputra Agro Persada Tbk, PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk, PT Siantar Top Tbk, PT Nippon Indosari Corpindo Tbk, Salim Ivomas Pratama Tbk. Perusahaan-perusahaan ini merupakan kompetitor dari perusahaan yang terintegrasi dan terkemuka dalam sektor ini yaitu PT Diamond Food Indonesia. Sejak didirikan PT

Diamond terus berkembang hingga menjadi perusahaan terbuka di tahun 2023. Seiring berjalannya perusahaan terbagi menjadi tujuh anak perusahaan yaitu, PT Diamond Cold Storage, PT Sukanda Djaya, PT Diamondfair Ritel Indonesia, PT Indogourmet Sarana Cemerlang, PT NHF Diamond Indonesia, PT Telunjuk Komputasi Indonesia, dan PT Fit Indonesia Tama. PT Diamond Cold Storage dikenal sebagai pionir produsen susu, es krim, *yogurt* dan produk makanan lainnya. Beberapa produk yang dimiliki oleh PT Diamond Food Indonesia adalah Diamond Milk, Diamond Juice, Biokul Yogurt, Golden Farm, Fitmee, dan sebagainya. Selain itu, di bawah naungan PT Diamond Food Indonesia, PT Sukanda Djaya juga menjadi distributor produk-produk makanan lain seperti makanan ringan, bumbu dapur, dan susu di luar *brand* Diamond itu sendiri. Beberapa di antaranya adalah Ferrero, Elle & Vire, Haribo, Hershey's, Lee Kum Kee, Nutella, Outside dan masih banyak lagi.

Berdasarkan Khatib (2020), terdapat tiga metode penjualan perusahaan manufaktur, yaitu;

1. Langsung kepada pengguna akhir: Produsen menjual produk langsung kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara.
2. Penjualan melalui jaringan dealer: Produk dijual kepada *dealer* atau pedagang besar, yang kemudian menjualnya kepada konsumen.
3. Penjualan melalui *reseller* yang menambah nilai: Produsen menjual produk kepada *reseller* yang menambah nilai, yang kemudian menjualnya kepada konsumen setelah menambahkan nilai tambahan

Ketiga cara penjualan ini merupakan sistem yang diterapkan juga dalam PT Diamond Food Indonesia. Oleh karena itu terdapat juga beberapa anak perusahaan yang masing-masing beroperasi dalam bidangnya.

PT Diamond Cold Storage menjadi pilihan magang yang tepat karena perusahaan menawarkan peluang karir yang menarik ke depannya dan pengembangan *professional* dari pengalaman yang akan diperoleh dari aktivitas magang. Selain itu, perusahaan juga dikenal karena kualitas produk atau layanan, inovasi, dan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Posisi yang ditawarkan

adalah Brand Marketing Communication Intern pada *brand* Biokul, yang di mana selaras dengan pelajaran yang diperoleh selama di perkuliahan yaitu, *Social Media & Mobile Marketing*, *Introduction to Marketing Communication*, dan *B2B Communication*. *Brand Marketing* memiliki posisi penting bagi produk sebuah *brand*, karena berperan dalam membangun kesadaran *brand*, memperkuat persepsi *brand* yang dibangun dan memelihara citra merek di mata konsumen. Efektivitas penjualan suatu produk juga ditentukan dari kinerja Brand Marketer.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam proses kerja magang, tujuan berfungsi sebagai acuan untuk memahami pekerjaan sehingga mencapai hasil magang yang ingin didapat. Lebih jelasnya tujuan magang yang diharapkan adalah:

1. Mengetahui sistem dan proses kerja sebagai Brand Marketing Communication pada Departemen Marketing di PT Diamond Food Indonesia.
2. Mengimplementasikan pengetahuan dan kemampuan *marketing communication* yang dipelajari dari *Introduction to Marketing Communication* selama perkuliahan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang di PT Diamond Food Indonesia dimulai sejak 1 Februari 2024 dan akan berakhir pada 31 Mei 2024 agar dapat memenuhi syarat ketentuan magang dengan total 640 jam kerja dan 207 jam bimbingan. PT Diamond menerapkan 5 (lima) hari kerja dalam satu minggu dengan jam masuk kerja pukul 08:00 – 17:00 WIB, dihitung 8 jam termasuk jam makan siang. Sistem pelaksanaan magang dilakukan secara *offline* di berbagai kantor Diamond setiap harinya baik yang berlokasi di Jakarta maupun Cibitung.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN secara luring di Function Hall Gedung A.

- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta meminta transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Ketua Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada Google Form pada tanggal 3 Januari 2024 yang diberikan oleh pihak PT Diamond Food Indonesia serta mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) ke dalam form tersebut.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di PT Diamond Food Indonesia dengan menerima pesan lolos seleksi melalui akun Whatsapp resmi lembaga pada tanggal 30 Januari dan mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 31 Januari yang ditandatangani oleh Corporate HR General Manager Johan Oscar Ong.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A