

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dalam era digital yang terus berkembang, industri buku menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan eksistensinya di tengah perubahan perilaku konsumen yang beralih pada media digital. Eureka Bookhouse, sebagai salah satu toko buku konvensional, tidak hanya berfokus pada menyediakan buku berkualitas tetapi juga menghadapi tantangan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar. Dengan semakin meluasnya penggunaan *platform* digital, kebutuhan akan strategi pemasaran yang inovatif dan relevan menjadi semakin mendesak. Eureka Bookhouse memandang ini sebagai peluang untuk memanfaatkan strategi digital dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, upaya pemasaran menjadi komponen yang sangat krusial untuk memastikan produk yang ditawarkan tetap dikenal dan diminati oleh khalayak luas.

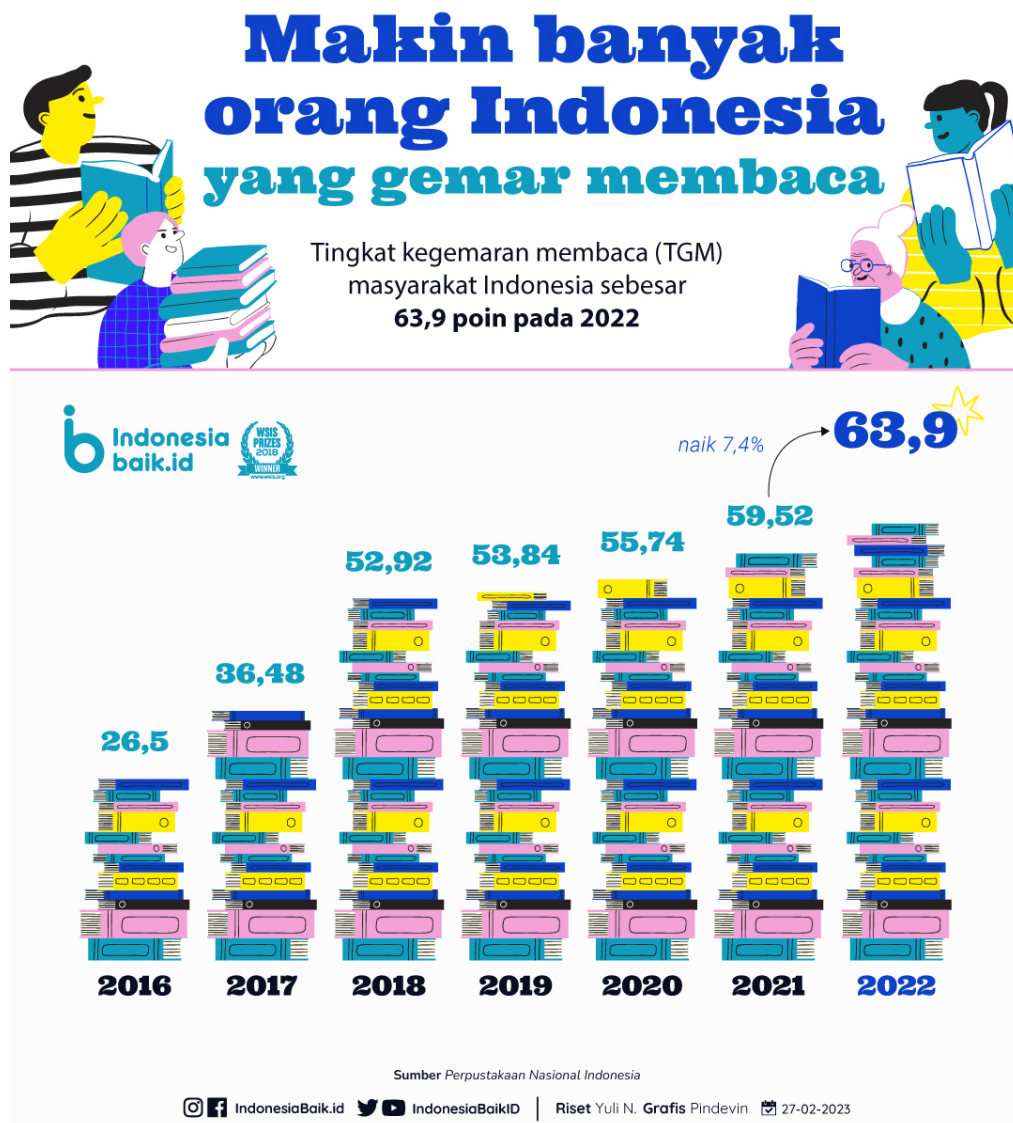
Marketing di Eureka Bookhouse memainkan peran sentral dalam menjangkau segmen pasar yang lebih luas, mengedukasi konsumen tentang koleksi buku yang tersedia, serta mengomunikasikan keunikan yang dimiliki oleh toko ini. Pemasaran tidak hanya dilakukan untuk mencapai tujuan penjualan semata, tetapi juga untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui berbagai pendekatan yang interaktif. Salah satu strategi yang diimplementasikan adalah pemasaran digital melalui media sosial dan email marketing, yang memungkinkan Eureka Bookhouse terhubung dengan audiens di berbagai lokasi dan beragam latar belakang. Melalui platform digital ini, perusahaan dapat menampilkan kampanye yang informatif, relevan, dan menarik, sehingga mampu menciptakan keterlibatan konsumen yang lebih dalam dan membangun loyalitas mereka terhadap merek.

Program magang di tim marketing Eureka Bookhouse memberikan kesempatan yang berharga bagi saya untuk belajar dan berkontribusi dalam upaya pemasaran yang dilakukan. Fokus utama dari program ini adalah mengembangkan keterampilan praktis dalam pemasaran digital, termasuk perencanaan kampanye dan analisis hasil kampanye. Dalam peran ini, saya mempelajari bagaimana merancang strategi pemasaran yang tidak hanya efektif dari segi pencapaian tujuan, tetapi juga responsif terhadap tren dan kebutuhan konsumen. Selain itu, pengalaman ini juga mengajarkan saya bagaimana mengidentifikasi target audiens dan mengevaluasi dampak

kampanye pemasaran melalui data analitik. Seluruh proses ini memberi saya pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya pemasaran yang terarah dan berbasis data.

Salah satu aktivitas penting yang saya jalani selama magang adalah perencanaan kampanye untuk meningkatkan pemasaran. Aktivitas ini melibatkan riset tentang preferensi audiens, pembuatan konten visual dan tulisan yang menarik, serta pemantauan interaksi dari kampanye yang berjalan. Setiap kampanye yang dipublikasikan dirancang untuk memperkenalkan produk baru, menginformasikan promosi, atau mengedukasi konsumen tentang berbagai genre buku yang tersedia di Eureka Bookhouse. Melalui kampanye ini, saya belajar pentingnya konsistensi dan kesesuaian brand dalam setiap materi pemasaran yang dikeluarkan. Selain itu, evaluasi yang dilakukan pasca kampanye memberikan gambaran tentang efektivitas strategi yang diterapkan, serta membantu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih baik ke depannya.

Laporan magang ini disusun untuk mendokumentasikan seluruh aktivitas, pembelajaran, serta pencapaian yang diperoleh selama masa magang di Eureka Bookhouse. Laporan ini juga berfungsi sebagai alat evaluasi terhadap berbagai strategi pemasaran yang diterapkan dan dampaknya bagi perusahaan. Berdasarkan pengalaman magang ini, saya mendapatkan wawasan berharga tentang bagaimana strategi pemasaran yang kreatif dan berkelanjutan mampu mendukung pertumbuhan perusahaan. Pengalaman ini juga membentuk pemahaman saya tentang kompleksitas dunia pemasaran dan pentingnya pendekatan yang berbasis data dan kebutuhan konsumen. Dengan pengalaman ini, saya berharap dapat mengembangkan keterampilan yang relevan untuk perjalanan karier saya di bidang pemasaran di masa depan.



Gambar 1. 1 Tingkat Kegemaran Membaca Pada Tahun 2022

1.2 MAKSUD DAN TUJUAN KERJA MAGANG

Tujuan kegiatan magang di Universitas Multimedia Nusantara adalah untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja. Oleh karena itu, program magang ini dianggap sebagai salah satu syarat kelulusan. Dan menulis juga menjadi tujuan kegiatan magang ini, yaitu:

1. Memahami aktivitas pekerjaan dari maketing.
2. Meningkatkan strategi kampanye pemasaran modern, melalui konten pemasaran digital.
3. Meningkatkan keterampilan komunikasi pemasaran dalam menulis konten pemasaran yang menarik dan efektif.
4. Memahami prinsip-prinsip etika dalam semua aspek kegiatan pemasaran.

1.3 WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG

1.3.1 WAKTU PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pelaksanaan kerja magang yang penulis lakukan di Eureka Bookhouse yang berlokasi di Pancoran, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Adapun jam kerja yang harus dipenuhi yaitu 640 jam, yang dimana penulis memulai kegiatan magang pada tanggal 10 september 2024 sampai dengan selesai. Aktivitas kerja yang penulis lakukan dilaksanakan secara WFO (WORK FROM OFFICE) yang dimana waktu kerja yang *variative* dimulai dari pukul 08.00 WIB sampai pukul 17.00 WIB.

Hari	Aktivitas	Jam Kerja
Senin	WORK FROM OFFICE	08.00 – 17.00
Selasa	WORK FROM OFFICE	08.00 – 17.00
Rabu	WORK FROM OFFICE	08.00 – 17.00
Kamis	WORK FROM OFFICE	08.00 – 17.00
Jumat	WORK FROM OFFICE	08.00 – 17.00

Table 1. 1 Jadwal Kegiatan Magang

Berikut uraian pelaksanaan magang pada kegiatan magang ini:

1. Melakukan pengisian KRS untuk kegiatan “*Internship Track I*”
2. Melakukan pengisian KM-01
3. Mendapatkan KM-02
4. Melakukan pencarian perusahaan yang berhubungan dengan kriteria kampus dan program studi
5. Mendapatkan *contact person* HRD Penerbit Erlangga
6. Mengirimkan CV
7. HRD menghubungi melalui telepon pada tanggal 29 Agustus 2024
8. Melakukan *interview* melalui zoom pada tanggal 30 Agustus 2024
9. Pada tanggal 10 September 2024 – 30 November 2024 Kegiatan magang yang dilakukan dengan resmi.