

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk mampu menyusun dan menjalankan strategi marketing yang efektif agar dapat mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan pasar. Marketing tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menjual produk, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa manajemen, khususnya yang berkonsentrasi pada bidang marketing, untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh tidak hanya dari sisi teori, tetapi juga dari praktik langsung di lapangan. Selain itu, magang juga memberikan kesempatan untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari di kampus dalam situasi nyata, sehingga dapat meningkatkan kompetensi profesional mahasiswa (Mustanir, 2018).

Universitas Multimedia Nusantara memfasilitasi pembelajaran berbasis pengalaman tersebut melalui program kerja praktek. Program ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa agar dapat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam situasi nyata di dunia kerja. Melalui kerja praktek, mahasiswa diharapkan dapat mengembangkan keterampilan analitis, kemampuan komunikasi, serta pemahaman terhadap dinamika dunia industri, khususnya dalam aspek marketing (Mustanir, 2018).

Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan program pembelajaran yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan potensi diri secara lebih luas melalui kegiatan di luar kampus. Program ini dirancang agar mahasiswa dapat

memperoleh pengalaman belajar langsung di dunia kerja atau masyarakat, sesuai dengan bidang studi yang ditekuni. UMN mendukung penuh implementasi MBKM melalui berbagai bentuk kegiatan seperti magang, proyek di desa, pertukaran pelajar, riset, wirausaha, studi independen, dan kegiatan mengajar di sekolah. Melalui MBKM, mahasiswa diharapkan tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam situasi nyata, mengasah soft skills, memperluas jejaring profesional, serta lebih siap menghadapi tantangan di dunia kerja setelah lulus (Jackson, 2018).

Selain itu, kegiatan magang juga menjadi kesempatan untuk membangun relasi profesional yang berpotensi mendukung perkembangan karier mahasiswa di kemudian hari. Melalui interaksi langsung dengan para praktisi di lapangan, mahasiswa dapat memperoleh pemahaman lebih dalam mengenai berbagai peluang karir serta mengikuti perkembangan terbaru dalam dunia industri. Jackson (2018) menyoroti bahwa keterlibatan mahasiswa dalam program magang berkontribusi pada pengembangan keterampilan kerja yang dicari oleh pemberi kerja, seperti komunikasi, pemecahan masalah, dan adaptabilitas.

Perkembangan retail di sektor stationery (alat tulis) mengalami perubahan signifikan seiring dengan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam, khususnya di kalangan pelajar, mahasiswa, hingga pekerja kantor. Dulu, toko alat tulis hanya berfokus pada penyediaan kebutuhan dasar seperti pena, buku tulis, dan perlengkapan sekolah. Kini, konsep toko stationery telah berevolusi menjadi lebih estetik dan lifestyle-oriented, menghadirkan produk dengan desain menarik, warna-warna tematik, dan fungsionalitas yang tinggi. Produk alat tulis kini tidak hanya digunakan sebagai kebutuhan sehari-hari, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup dan ekspresi diri (Mustanir, 2018).

Sementara itu, sektor bookstore juga mengalami transformasi besar akibat pesatnya digitalisasi dan kemunculan e-book serta platform pembelajaran online. Namun demikian, toko buku fisik masih memiliki tempat tersendiri di hati konsumen, terutama sebagai ruang eksplorasi literatur, komunitas, dan pengalaman membaca yang tidak tergantikan secara digital. Untuk bertahan, toko buku kini

tidak hanya menjual buku, tetapi juga menyajikan konsep yang lebih kekinian menggabungkan café, area baca, ruang diskusi, hingga event literasi seperti book launching atau talk show penulis (Kotler & Keller, 2016).

Buku merupakan kumpulan lembaran kertas atau bahan lainnya yang berisi tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya, yang dijilid menjadi satu dan digunakan sebagai sarana untuk menyimpan serta menyampaikan informasi, pengetahuan, atau cerita. Dalam konteks pendidikan dan budaya, buku memiliki peranan penting sebagai sumber belajar, sarana refleksi, dan alat untuk memperluas wawasan pembacanya (Kotler & Keller, 2016).

Buku impor di Indonesia memiliki sejarah panjang sebagai jendela bagi masyarakat untuk mengakses literatur internasional yang berkualitas. Kehadiran buku impor menawarkan alternatif bacaan yang lebih luas, mulai dari literatur klasik, buku akademik, hingga buku anak-anak dengan ilustrasi menarik dan materi edukatif yang belum banyak tersedia dalam versi lokal. Meski menghadapi tantangan seperti bea masuk dan distribusi terbatas, minat terhadap buku impor tetap tinggi, didukung oleh platform daring seperti Periplus (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Industri buku pada masa pandemi COVID-19 mengalami tantangan yang signifikan, terutama pada sektor penjualan fisik dan distribusi. Namun, pandemi juga mempercepat transformasi digital dalam industri ini. Penjualan e-book dan audiobook meningkat, dan strategi pemasaran digital menjadi fokus utama untuk menjangkau pembaca (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

PT Periplus Bookindo, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang retail buku impor, menjadi tempat pelaksanaan kerja praktek bagi penulis. Dengan jaringan toko yang luas dan portofolio produk internasional yang beragam, Periplus menghadirkan tantangan dan peluang dalam mengelola strategi marketing di era digital (Kotler & Keller, 2016).

Sebagai mahasiswa manajemen dengan penjurusan marketing dari Universitas Multimedia Nusantara, penulis, Alexander Daniel Cahyadi Mogo, berkesempatan

untuk melaksanakan kerja praktek di PT Periplus Bookindo, sebagai Digital Marketing Intern. Menurut Trede, Macklin, dan Bridges (2012), pengalaman kerja dalam lingkungan profesional berperan penting dalam membentuk identitas profesional mahasiswa serta membekali mereka dengan keterampilan yang dibutuhkan di dunia industri.

Marketing atau pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk mengenalkan, mempromosikan, dan menjual produk atau jasa kepada konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan pasar sekaligus mencapai keuntungan bagi perusahaan. Proses marketing mencakup riset pasar, pengembangan produk, penentuan harga, distribusi, hingga layanan purna jual. Inti dari marketing adalah menciptakan nilai (value) dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang dilakukan melalui media digital dan internet. Dalam praktiknya, digital marketing mencakup berbagai saluran seperti media sosial, mesin pencari, email marketing, dan website. Strategi ini memungkinkan perusahaan menjangkau konsumen secara luas dan interaktif, serta memperoleh data analitik secara real-time (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Menurut Kotler dan Keller (2016), digital marketing mencakup segala bentuk pemasaran produk dan layanan yang melibatkan perangkat elektronik dan internet. Sementara itu, Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menekankan bahwa digital marketing bertujuan meningkatkan akuisisi, retensi, dan pertumbuhan pelanggan melalui penerapan teknologi digital.

Penerapan digital marketing telah menjadi kebutuhan mutlak bagi perusahaan yang ingin bertahan di era digital. Konsumen modern, terutama generasi milenial dan Gen Z, mengandalkan media sosial dalam mengambil keputusan belanja. Oleh karena itu, magang dalam bidang digital marketing memberikan pengalaman yang sangat relevan dan berharga bagi mahasiswa (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Di samping itu, kegiatan magang ini menjadi wadah penting untuk memahami bagaimana strategi konten dibuat, bagaimana data interaksi pengguna dianalisis,

serta bagaimana hasil tersebut digunakan untuk menyusun perencanaan promosi ke depannya. Praktik langsung semacam ini memberikan pembelajaran yang tidak bisa diperoleh hanya dari materi kuliah (Trede et al., 2012).

Dalam dunia pendidikan tinggi, kegiatan kerja praktek merupakan salah satu bentuk pembelajaran di luar kelas yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman langsung di dunia kerja. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya belajar menerapkan ilmu yang telah dipelajari di bangku kuliah, tetapi juga memahami dinamika dan tantangan yang terjadi di lingkungan profesional (Jackson, 2018).

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kegiatan kerja praktek atau magang di PT. Periplus Bookindo yang bertujuan untuk proses pembelajaran yang menjembatani antara teori akademik yang dipelajari di perkuliahan dengan praktik nyata di dunia industri. Program ini disusun untuk memberikan kesempatan bagi mahasiswa agar dapat merasakan langsung suasana kerja profesional dan memahami bagaimana ilmu Manajemen Marketing terkhusus untuk Digital Marketing yang dipelajari diterapkan dalam kehidupan kerja sehari-hari. Mulai dari membuat konten, menaikkan engagement, hingga mengurus sosial media dan website.

Tujuan utama dari pelaksanaan kerja magang ini adalah untuk menyediakan sarana pembelajaran berbasis praktik bagi mahasiswa, khususnya di bidang Manajemen Marketing. Melalui pengalaman ini, mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan kemampuan baik secara teknis maupun non-teknis yang sesuai dengan kebutuhan dunia usaha, serta memperoleh pemahaman mendalam mengenai penerapan strategi Marketing dalam lingkungan bisnis.

Secara khusus, tujuan dari kerja magang ini meliputi:

1. Menerapkan teori dan pengetahuan yang telah diperoleh selama masa studi ke dalam praktik kerja yang nyata di perusahaan.

2. Memperluas pemahaman mahasiswa terkait proses kerja, strategi Marketing, serta tantangan yang dihadapi dalam industri, terutama di bidang retail buku impor.
3. Memperoleh pengalaman nyata dalam dunia Bisnis Marketing.
4. Membangun koneksi dan hubungan profesional dengan pelaku industri sebagai bekal untuk pengembangan karier di masa depan.
5. Mengembangkan keterampilan kerja profesional seperti kemampuan komunikasi, kerja sama tim, analisis masalah, dan pengambilan keputusan dalam konteks dunia kerja langsung.

Dengan adanya program kerja magang ini, diharapkan mahasiswa tidak hanya mendapatkan pengalaman praktis di dunia kerja, tetapi juga mampu memperluas wawasan, meningkatkan kompetensi diri, serta lebih siap dalam menghadapi tantangan profesional di masa yang akan datang.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum menjalani program magang, mahasiswa harus melalui beberapa tahapan administratif. Pada 22–23 Januari 2025, mahasiswa manajemen diberikan kesempatan untuk mengisi KRS dan menentukan jadwal kuliah. Bagi mahasiswa semester 6 yang memenuhi syarat, disarankan untuk memilih paket mata kuliah internship track 1. Setelah KRS disetujui oleh dosen pembimbing akademik, mahasiswa dapat melakukan registrasi magang melalui website Merdeka dengan mengisi data perusahaan tempat mereka diterima, seperti nama, alamat, website, serta mengunggah surat penerimaan magang. Registrasi ini akan ditinjau oleh ketua pelaksana magang dan kepala program studi sebelum mendapatkan persetujuan.

Setelah disetujui, mahasiswa dapat mulai mencatat tugas harian melalui halaman daily task, yang terdiri dari dua kategori: tugas selama magang yang akan di approve oleh supervisor dan tugas bimbingan yang akan di approve oleh advisor. Pada 10 Februari, mahasiswa akan menerima informasi mengenai dosen pembimbing mereka melalui website Kampus Merdeka atau email resmi. Selama

magang mahasiswa diwajibkan memenuhi 800 jam yang terdiri dari 2, 640 jam praktik dan sisanya waktu untuk penulisan laporan magang. Pencatatan jam kerja harian diperlukan agar dapat memenuhi total 640 jam yang ditentukan oleh program. Setiap tugas yang dilakukan harus mendapat persetujuan dari supervisor atau pembimbing di tempat magang. Selain itu, mahasiswa juga harus mencatat waktu yang dihabiskan untuk bimbingan dan penyusunan laporan magang, dengan target minimal 207 jam yang akan diverifikasi oleh dosen pembimbing.

Dalam program ini, penulis menjalani magang selama 4 bulan 1 minggu, secara luring (full office). Dari 24 Februari 2025 sampai 30 Juni 2025 di PT Periplus Bookindo. Yang berlokasi di Jl. Rawa Gelam IV No.9, Kawasan Industri, Jatinegara, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13930. Selama magang, penulis bekerja dari hari Senin hingga hari Jumat dengan jam kerja penuh sebanyak 8 jam dan 8,5 jam pada hari Jumat dengan penempatan kerja magang di departemen Marketing sebagai Digital Marketing Intern. Pengaturan penjadwalan ini memungkinkan penulis memenuhi target 800 jam yang terdiri dari 2, 640 jam praktik dan sisanya waktu untuk penulisan laporan magang.

