

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT Sari Murni Abadi dipilih oleh penulis sebagai tempat pelaksanaan program magang karena perusahaan ini memiliki reputasi yang baik dalam industri makanan dan minuman (F&B), khususnya melalui produk utamanya, yaitu Momogi, yang telah dikenal luas di Indonesia. Industri makanan dan minuman (F&B) di Indonesia merupakan salah satu sektor penting yang mendukung pertumbuhan ekonomi. Diambil dari AntaraNews pada tahun 2023, sektor ini menyumbang 39,10% dari total produksi industri nonmigas dan berkontribusi sebesar 6,55% terhadap ekonomi nasional. Selain itu, ekspor produk makanan dan minuman Indonesia mencapai 41,70 miliar dolar AS dengan keuntungan dagang sebesar 25,21 miliar dolar AS. Data dari BPS juga menyampaikan bahwa investasi di industri ini juga terus meningkat, dengan total nilai investasi mencapai Rp85,10 triliun pada tahun 2023. Jumlah usaha di bidang penyediaan makanan dan minuman tumbuh hingga 4,85 juta usaha, naik sekitar 21,13% dibandingkan tahun 2016. Sektor ini juga menciptakan lapangan kerja bagi 9,80 juta orang pada tahun 2023.



Gambar 1.1 Tabel Pertumbuhan Industri F&B di Indonesia

Sumber: Datanesia (2023)

Meski berkembang pesat, industri F&B di Indonesia masih menghadapi beberapa tantangan, seperti ketergantungan pada impor bahan baku tertentu, termasuk susu dan gula. Untuk terus berkembang, industri ini perlu mencari solusi agar lebih mandiri dalam menyediakan bahan baku lokal. Ini dikenal sebagai salah satu pelaku industri yang terus berkembang dengan menerapkan standar tinggi dalam produksi dan manajemen.

Dari data tersebut menyebutkan bahwa industri F&B merupakan industri yang masih berkembang dengan pesat serta memiliki banyak peluang. Oleh sebab itu dengan berbagai fasilitas serta tenaga profesional yang berpengalaman, PT Sari Murni Abadi dapat memberikan peluang bagi peserta magang untuk memperoleh pengetahuan praktis serta keterampilan yang relevan dengan dunia kerja. Selain itu, PT Sari Murni Abadi memiliki lingkungan kerja yang kondusif untuk pembelajaran. Keberagaman bidang kerja yang tersedia di perusahaan ini memungkinkan peserta magang untuk mengembangkan kemampuan sesuai dengan bidang keilmuan dan minat masing-masing.

Selain itu, alasan penulis memilih PT Sari Murni Abadi sebagai tempat magang adalah karena keyakinan bahwa perusahaan ini dapat memberikan banyak manfaat dalam pengembangan kompetensi dan pengalaman kerja. Melalui keterlibatan langsung di lingkungan kerja, penulis berkesempatan untuk memahami proses operasional perusahaan serta bagaimana suatu sistem dijalankan secara efektif dalam praktiknya. Dengan demikian, pengalaman magang di PT Sari Murni Abadi diharapkan dapat menjadi bekal yang berharga dalam mempersiapkan diri menghadapi dunia profesional di masa mendatang. Secara spesifik, PT Sari Murni Abadi bergerak di bidang manufaktur makanan ringan. Beberapa produk unggulan yang diproduksi oleh perusahaan ini antara lain Momogi Stik, Migi-Migi, Criscito, Yale-Yale, Twiststick, serta produk terbaru dalam bentuk minuman ringan dengan merek Frubee. Dikarenakan *revenue* utama dari perusahaan adalah melalui pendapatan penjualan, maka dari itu dibutuhkan marketing atau pemasaran.

Pemasaran mengambil peran yang sangat penting dalam proses penjualan. Menurut Philip Kotler (2012:559), mengatakan bahwa fungsi pemasaran:

1. Mengumpulkan informasi mengenai pelanggan, pesaing, serta pelaku dan kekuatan lain yang ada saat ini maupun yang potensial dalam lingkungan pemasaran.
2. Mengembangkan dan menyebarkan komunikasi persuasif untuk merangsang pembelian

Oleh karena alasan tersebut maka penulis memutuskan untuk bergabung di dalam tim *marketing* atau pemasaran di PT Sari Murni Abadi, penulis diposisikan sebagai *Digital Marketing Intern*, *Digital Marketing* sendiri merupakan sub-divisi dari divisi marketing. Dengan maraknya *social media* di seluruh dunia kebutuhan akan adanya wadah marketing di media sosial sangat dibutuhkan. Menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11), Dedi Purwana (2017:2) Pada dasarnya *digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa web, *social media*, *e-mail*, *database*, *mobile/wireless* dan *digital tv* guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran.

Diambil dari website DataReportal yang di *publish* oleh Simon Kemp (2024) setidaknya pada tahun 2024 terdapat lebih dari 185,3 juta pengguna internet di Indonesia, angka tersebut merupakan peningkatan jika dibandingkan dengan tahun 2023 dengan peningkatan sebesar 1,8 juta (+0.8%). PT Sari Murni Abadi sendiri memilih 2 platform untuk media digital untuk melakukan marketing yaitu TikTok dan Instagram. TikTok dan Instagram merupakan media sosial yang sangat berpengaruh karena data dari Slide.id yang diambil pada tahun 2024 pengguna TikTok di Indonesia sendiri ada 127 juta pengguna, sedangkan Instagram terdapat 101 juta pengguna. ByteDance, perusahaan yang mengoperasikan TikTok, memberikan data bahwa TikTok *advertising* telah menjangkau 45,5% orang dewasa dari total populasi masyarakat Indonesia. Sedangkan Instagram memiliki

jangkauan advertising mencapai 36,2% dari total populasi, dan 54,5% dari total pengguna internet. Karena penggunaan media digital yang dianggap sangat optimal untuk melakukan pemasaran, maka penulis ditugaskan oleh perusahaan untuk melakukan pemasaran digital melalui platform media sosial yaitu TikTok dan Instagram.



Gambar 1.2 Data pengguna TikTok & Instagram di Indonesia

Sumber: DataReportal (2024)

Dengan adanya penggunaan *digital marketing* di perusahaan Sari Murni Abadi penulis juga berharap dapat belajar banyak mengenai industri F&B dan *digital marketing*, mulai dari bagaimana menentukan bentuk pemasaran hingga eksekusi ide. Dengan informasi tersebut penulis berharap dapat memberikan bekal untuk mahasiswa dapat melanjutkan karir yang baik untuk kesempatan berikutnya.

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud agar mahasiswa dapat mendapatkan pengalaman dalam bekerja pada sebuah perusahaan/instansi besar yang bergerak pada bidang F&B. Diharapkan dari pengalaman tersebut penulis

dapat memiliki masa depan dan karir sesuai dengan harapan penulis. Penulis berharap dapat belajar mengenai bagaimana sebuah perusahaan bekerja, mulai dari struktur bekerja hingga struktur perusahaan dan bagaimana divisi satu dan divisi lainnya bekerjasama. Selain itu juga, tujuan pelaksanaan magang adalah untuk kelulusan penulis sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Adapun beberapa aktivitas yang diharapkan oleh penulis akan didapat pada saat magang di perusahaan Sari Murni Abadi:

- a. Mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan tentang penulis mengenai digital marketing di sebuah perusahaan.
- b. Melatih kemampuan penulis dalam membuat sebuah *content plan* dan *content producing* selain itu penulis juga dapat melatih kemampuan penulis dalam editing dan shooting *content* dengan baik
- c. Penulis dapat belajar mengenai cara bekerja sama dengan tim dan bagaimana melakukan manajemen waktu dengan baik.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan magang akan berlangsung mulai 5 Februari 2024 hingga 2 Agustus 2024, diselesaikan dengan waktu sembilan ratus delapan puluh sembilan jam atau seratus enam belas hari kerja. Dengan minimum durasi magang delapan puluh hari atau enam ratus empat puluh jam kerja sesuai Panduan MBKM Magang Track 2 dan sesuai arahan dari Program Studi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Ikuti orientasi magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN melalui pertemuan Zoom dan pertemuan langsung.

2) Isi registrasi kursus magang (KRS) di myumn.ac.id dengan syarat telah menyelesaikan 110 sks dan tanpa nilai D & E. Juga, minta transkrip nilai dari semester awal hingga semester terakhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.

3) Berkesempatan mengajukan KM-01 lebih dari satu kali dengan mengisi Formulir Google via email untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Persetujuan Magang) dari Kepala Program Studi.

4) Isi dan submit formulir KM-01 di my umn.ac.id setelah mendapatkan perusahaan atau lembaga yang sesuai.

5) Selanjutnya, unduh formulir KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Magang), KM-05 (Lembar Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1) Ajukan praktik kerja magang dengan mengisi formulir data diri yang diberikan oleh Sari Murni Abadi serta mengunggah *Curriculum Vitae* (CV) dan KM-02 (Surat Persetujuan Magang) ke dalam formulir tersebut.

2) Terima praktik kerja magang di Sari Murni Abadi dengan menerima pesan lulus seleksi melalui akun resmi lembaga dan surat penerimaan praktik kerja magang yang ditandatangani oleh Kepala HRD Sari Murni Abadi Marella Angela Soetanta.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1) Praktik kerja magang dilaksanakan dengan posisi sebagai *social media marketing* di Departemen Pemasaran Digital.

2) Tugas dan kebutuhan informasi didampingi langsung oleh *Social Media Specialist* Audrey Ardianto sebagai pembimbing magang/mentor.

3) Isi dan tandatangani formulir KM-03 hingga KM-07 saat praktik kerja magang berlangsung dan ajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada pembimbing pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Bapak Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom. sebagai Dosen Pembimbing melalui pertemuan langsung dan Zoom Meeting.

2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

