

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemasaran merupakan salah satu aktivitas penting yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen serta meningkatkan penjualan. Melalui kegiatan pemasaran, perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai produk yang ditawarkan, membangun hubungan dengan konsumen, serta menciptakan nilai yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Oleh karena itu, pemasaran memiliki peran yang penting dalam mendukung keberlangsungan dan perkembangan perusahaan.

Dalam kegiatan pemasaran, digital marketing berperan sebagai sarana pendukung yang membantu perusahaan dalam menjangkau konsumen secara lebih luas. Selain itu, penggunaan media digital juga memudahkan perusahaan dalam menyampaikan informasi produk secara lebih cepat dan mudah diakses oleh masyarakat.



Sumber: APJII (2025)

Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia Tahun 2025

Perkembangan digital marketing di Indonesia menunjukkan tren yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data Asosiasi

Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 80,66% dari total populasi. Data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia telah terhubung dengan internet dan aktif menggunakan media digital dalam aktivitas sehari-hari. Kondisi ini membuka peluang bagi perusahaan untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dan promosi. Dengan tingginya jumlah pengguna internet, perusahaan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menjangkau konsumen serta memperluas jangkauan pasar melalui strategi pemasaran yang tepat.

Pentingnya kegiatan pemasaran dalam mendukung keberhasilan perusahaan juga didukung oleh berbagai penelitian. Menurut Wardhana (2015), digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital untuk membantu perusahaan dalam menjangkau konsumen secara lebih luas dan meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran. Selain itu, Febriyanto dan Arisandi (2020) menjelaskan bahwa pemanfaatan media digital dapat membantu perusahaan dalam menjangkau konsumen serta meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media digital tidak hanya menjadi tren, tetapi juga menjadi salah satu sarana yang digunakan dalam mendukung kegiatan pemasaran di era digital.

Salah satu media yang banyak digunakan perusahaan saat ini adalah periklanan melalui Meta Ads, khususnya Facebook Ads. Platform ini memungkinkan perusahaan untuk menargetkan audiens berdasarkan demografi, lokasi, minat, serta perilaku pengguna, sehingga promosi yang dilakukan dapat lebih sesuai dengan target yang dituju.

Dalam industri properti, pemanfaatan digital marketing menjadi semakin penting karena calon konsumen umumnya mencari informasi mengenai lokasi, harga, dan spesifikasi properti melalui media sosial sebelum melakukan survei langsung. Persaingan antar developer yang cukup ketat juga menuntut perusahaan untuk mampu menyampaikan informasi produk dengan cara yang

menarik dan mudah dipahami oleh calon konsumen. Oleh karena itu, penggunaan konten promosi serta media digital menjadi salah satu bagian dalam kegiatan pemasaran properti.

PT. Harapan Sriwijaya Perkasa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan dan pemasaran properti. Dalam menghadapi persaingan industri, perusahaan mulai memanfaatkan media digital seperti Tiktok, Facebook dan Instagram sebagai sarana promosi. Selain itu, penggunaan Meta Ads juga dilakukan untuk membantu memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan jumlah calon konsumen yang tertarik terhadap produk yang ditawarkan.

Selama pelaksanaan praktik kerja magang di PT. Harapan Sriwijaya Perkasa, penulis tidak hanya terlibat dalam kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran, tetapi juga membantu berbagai aktivitas pendukung lainnya sebagai Marketing Intern. Kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan konten promosi properti, penyusunan konsep video, proses editing konten, penginputan data properti dan konsumen, bertemu dengan konsumen, serta monitoring performa iklan. Keterlibatan ini menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran tidak hanya berfokus pada promosi digital, tetapi juga didukung oleh pengelolaan data dan aktivitas pemasaran lainnya.

Melalui kegiatan tersebut, penulis memperoleh pemahaman mengenai bagaimana kegiatan marketing diterapkan dalam praktik kerja, khususnya dalam mendukung pemasaran properti. Penulis mendapatkan pengalaman dalam memahami alur kerja pemasaran secara keseluruhan, mulai dari pengolahan konten, pengelolaan data konsumen, hingga interaksi dengan calon konsumen.

Dengan demikian, pelaksanaan magang di PT. Harapan Sriwijaya Perkasa memberikan pengalaman yang relevan dalam memahami peran marketing dalam mendukung kegiatan pemasaran perusahaan. Pengalaman ini diharapkan

dapat menjadi bekal dalam mengembangkan kemampuan di bidang pemasaran serta menghadapi dunia kerja di masa mendatang.

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Pelaksanaan Praktik Kerja Magang di PT. Harapan Sriwijaya Perkasa dilakukan sebagai bentuk pembelajaran langsung di dunia kerja, khususnya dalam kegiatan pemasaran properti. Kegiatan magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman kepada penulis dalam memahami bagaimana proses pemasaran dilakukan secara nyata di perusahaan. Melalui kegiatan magang, penulis dapat mengenal berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pemasaran, seperti pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial, serta kegiatan pendukung lainnya seperti penginputan data properti dan konsumen. Selain itu, penulis juga terlibat dalam beberapa aktivitas seperti monitoring iklan digital dan observasi konten, sehingga dapat melihat secara langsung bagaimana digital marketing diterapkan dalam perusahaan.

Kegiatan magang ini juga menjadi sarana bagi penulis untuk mengembangkan keterampilan seperti komunikasi, kerja sama tim, serta kemampuan beradaptasi dalam lingkungan kerja. Dengan terlibat langsung dalam berbagai aktivitas tersebut, penulis dapat memahami alur kerja pemasaran secara lebih luas, tidak hanya dari sisi digital marketing, tetapi juga dari sisi operasional yang mendukung kegiatan pemasaran.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan Praktik Kerja Magang di PT. Harapan Sriwijaya Perkasa adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam program Professional Skill Enhancement Program (PROSTEP) sebagai syarat kelulusan Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

2. Menerapkan ilmu dan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik kerja secara langsung di perusahaan, khususnya dalam pemasaran properti.
3. Memahami proses pemasaran properti di perusahaan, mulai dari pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial, seperti penginputan data properti dan konsumen, hingga ketemu dengan konsumen.
4. Mengetahui penerapan digital marketing secara sederhana dalam perusahaan, seperti penggunaan media sosial dan iklan digital untuk mendukung kegiatan pemasaran.
5. Melatih kemampuan komunikasi, kerja sama tim, serta kemampuan beradaptasi dalam lingkungan kerja profesional.
6. Menambah pengalaman kerja serta mempersiapkan diri untuk menghadapi dunia kerja setelah menyelesaikan studi.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan kerja magang dilakukan di PT Harapan Sriwijaya Perkasa (HSP) dalam jangka waktu 19 Januari 2026 sampai dengan 30 Mei 2026. Program magang ini dilaksanakan berdasarkan kesepakatan antara penulis dengan pihak perusahaan sebelum kegiatan dimulai. Selama periode tersebut, penulis menjalankan kegiatan magang dengan mengikuti ketentuan jam kerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Aktivitas kerja dilaksanakan secara Work from Office (WFO) di kantor PT Harapan Sriwijaya Perkasa. Jam kerja utama berlangsung dari pukul 09.00 WIB hingga 17.00 WIB pada hari Senin sampai dengan Jumat.

Selain jadwal kerja tersebut, penulis juga mengikuti kegiatan kerja pada hari Sabtu mulai pukul 09.00 WIB hingga 14.00 WIB. Kegiatan ini dilakukan untuk membantu menyelesaikan beberapa pekerjaan yang berkaitan dengan aktivitas

pemasaran perusahaan serta mendukung proses operasional tim marketing. Selama menjalani program magang, penulis ditempatkan pada divisi Marketing. Dalam pelaksanaan, penulis terlibat dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran perusahaan, seperti membantu pembuatan dan pengembangan konten promosi, melakukan monitoring terhadap performa promosi yang dijalankan, serta berdiskusi dengan tim terkait strategi pemasaran perusahaan. Selain itu, penulis juga terlibat dalam kegiatan penginputan data properti dan konsumen, serta mendukung aktivitas sales melalui komunikasi dan meeting dengan calon konsumen. Melalui kegiatan tersebut, penulis memperoleh pengalaman kerja secara langsung di lingkungan profesional, khususnya dalam bidang marketing properti. Penulis juga memperoleh pemahaman mengenai proses perencanaan konten, pengelolaan media sosial, serta berbagai aktivitas pemasaran yang digunakan untuk mendukung kegiatan pemasaran perusahaan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis mengikuti ketentuan Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Pelaksanaan magang dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu tahap awal, tahap pelaksanaan, dan tahap akhir.

Tahap Awal

- Penulis mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Universitas Multimedia Nusantara sebagai persiapan sebelum mengikuti program PROSTEP.
- Penulis mempersiapkan berbagai dokumen yang diperlukan untuk proses pengajuan magang, seperti Curriculum Vitae (CV), serta dokumen pendukung lainnya sesuai dengan persyaratan perusahaan.
- Penulis mengajukan lamaran magang kepada PT Harapan Sriwijaya Perkasa dan mengikuti proses seleksi yang dilakukan oleh perusahaan. Setelah dinyatakan diterima sebagai peserta magang, penulis melakukan registrasi

PROSTEP dan melengkapi seluruh dokumen administrasi yang diperlukan melalui sistem Universitas Multimedia Nusantara.

Tahap Pelaksanaan

- Penulis mulai melaksanakan kegiatan kerja magang di PT Harapan Sriwijaya Perkasa pada tanggal 19 Januari 2026 sesuai dengan surat penerimaan magang yang diberikan oleh perusahaan.
- Pada awal masa magang, penulis mendapatkan pengarahan dari supervisor mengenai profil perusahaan, lingkungan kerja, peraturan perusahaan, serta tugas dan tanggung jawab yang akan dijalankan selama periode magang.
- Selama kegiatan magang berlangsung, penulis ditempatkan pada Divisi Marketing dan terlibat dalam berbagai aktivitas pemasaran perusahaan, seperti membantu pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial, penginputan data properti dan konsumen, serta mendukung kegiatan pemasaran dan penjualan properti yang dilakukan oleh tim marketing dan sales.
- Penulis menjalankan seluruh tugas yang diberikan oleh supervisor yang berkaitan dengan strategi pemasaran perusahaan. Selain itu, penulis juga melakukan pelaporan kegiatan magang secara berkala sesuai dengan ketentuan program PROSTEP Universitas Multimedia Nusantara.

Tahap Akhir

- Setelah menyelesaikan seluruh kegiatan kerja magang, penulis menyusun laporan kerja magang berdasarkan pengalaman dan aktivitas yang telah dilakukan selama menjalani program magang di PT Harapan Sriwijaya Perkasa.
- Penulis melakukan bimbingan dan revisi laporan sesuai dengan arahan dosen pembimbing agar laporan yang disusun sesuai dengan format dan ketentuan yang berlaku.
- Setelah seluruh proses revisi selesai, penulis menyerahkan laporan kerja magang yang telah disahkan sebagai salah satu syarat penyelesaian Program

PROSTEP pada Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan kerja magang yang berjudul **“PERAN MARKETING INTERN DALAM Mendukung KEGIATAN Pemasaran Properti pada PT. Harapan Sriwijaya Perkasa.”**

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang dilaksanakannya praktik kerja magang, permasalahan yang menjadi dasar pelaksanaan kegiatan tersebut, serta tujuan dan manfaat dari kegiatan magang. Selain itu, bab ini juga memuat informasi mengenai waktu dan tempat pelaksanaan praktik kerja magang serta penjelasan mengenai sistematika penulisan laporan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan informasi umum mengenai perusahaan tempat pelaksanaan praktik kerja magang, yaitu PT Harapan Sriwijaya Perkasa. Pembahasan pada bab ini mencakup profil perusahaan, sejarah singkat berdirinya perusahaan, visi dan misi perusahaan, serta struktur organisasi yang ada di perusahaan.

BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA MAGANG

Bab ini menjelaskan secara rinci mengenai kegiatan yang dilakukan selama menjalani praktik kerja magang di PT Harapan Sriwijaya Perkasa. Dalam bab ini juga dijelaskan mengenai posisi atau peran penulis dalam perusahaan, tugas-tugas yang dikerjakan selama magang, serta berbagai

kendala yang dihadapi selama kegiatan berlangsung beserta solusi yang dilakukan untuk mengatasinya.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh kegiatan praktik kerja magang yang telah dilaksanakan. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan maupun untuk pelaksanaan kegiatan praktik kerja magang di masa yang akan datang.

