

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman memicu berbagai perkembangan alat dan teknologi yang berfungsi untuk memudahkan kehidupan manusia. Penemuan alat dan teknologi terus berkembang seiring dengan perkembangan dan pertumbuhan kebutuhan manusia. Salah satu perkembangan kebutuhan tersebut adalah transportasi. Transportasi pun dipengaruhi oleh perkembangan zaman. Awalnya transportasi ditenagai oleh hewan dan manusia kemudian berkembang menggunakan tenaga mesin. Salah satu alat transportasi yang populer saat ini adalah mobil.



Gambar 1.1 Mobil listrik pertama yang dirakit di Indonesia (Hyundai Ioniq 5)

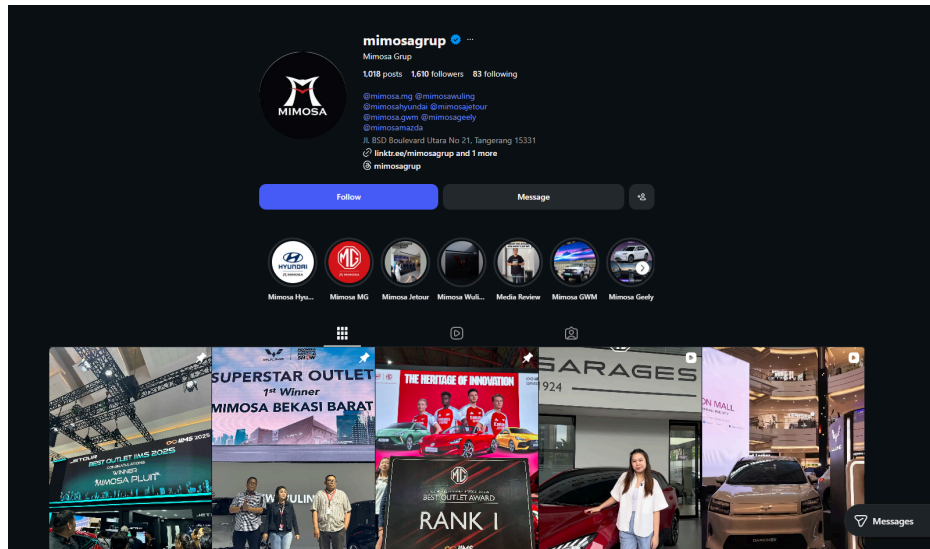
Sumber : <https://moas.muf.co.id/news/hyundai-ioniq-5-kombinasi-kecanggihan-dan-ramah-lingkungan>

Gambar diatas adalah gambar mobil listrik yang dirakit pertama kali di Indonesia dan diresmikan oleh Presiden Joko Widodo pada tahun 2022 oleh perusahaan asal Korea bernama *Hyundai* yang hingga kini berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Mobil pun semakin canggih seiring dengan permintaan dan kebutuhan dari konsumen yang semakin beragam dari tahun ke tahun. Adapun perkembangan mobil di Indonesia dapat dilihat dari berbagai jenis

mobil yang sudah ada di pasar Indonesia seperti Mobil Konvensional, *Hybrid*, dan *Electric Vehicle*. Hal ini menandakan perkembangan teknologi mendorong munculnya berbagai permintaan dan kebutuhan masyarakat. Karena banyaknya permintaan dan kebutuhan masyarakat, mendorong munculnya brand - brand baru di pasar Indonesia. Pasar Indonesia yang sebelumnya dikuasai oleh perusahaan asal Jepang seperti, Toyota, Honda, Suzuki, Mitsubishi dll ditantang oleh brand - brand baru asal China, Korea, dan Inggris seperti Wuling, Geely, GWM, Hyundai, Jetour, MG, dan Mazda. Adapun persaingan brand yang ketat satu sama lain membutuhkan jaringan penjualan yang baik maupun terpercaya untuk mencapai konsumen secara lebih efektif khususnya bagi brand - brand yang baru muncul di pasar Indonesia.

PT Mimosa Abadi adalah salah satu perusahaan jaringan penjualan otomotif yang sudah ada sejak tahun 2011 serta mengelola dan mengoperasikan dealer kendaraan dari berbagai brand seperti, Wuling, MG, Geely, Jetour, Hyundai, Mazda, dan GWM. Adapun layanan yang diberikan pada konsumen mencakup pembelian dan pemesanan kendaraan baru, perawatan dan perbaikan mobil, serta konsultasi terkait asuransi dan hal - hal lain yang berkaitan dengan penjualan dan perawatan kendaraan. Sebagai perusahaan yang berfokus pada jaringan penjualan kendaraan dengan berbagai brand yang ditawarkan, Mimosa juga memanfaatkan digitalisasi dari segala proses administrasi maupun penjualan yang dilakukan. Hal ini terlihat dari berbagai macam proses mencakup administrasi berbasis digital, maupun proses pemasaran yang memanfaatkan sosial media seperti *Instagram* dan *Tiktok*.

Adapun implementasi dari digitalisasi tersebut terhadap segala proses yang dilakukan dalam perusahaan diharapkan dapat meningkatkan efisiensi kerja, meminimalisir terjadinya kesalahan, serta meningkatkan produktivitas karyawan. Selain itu digitalisasi juga berperan dalam mendukung koordinasi antar divisi seperti antara Sales, Finance, After - Sales, dan Branch Dealer. Dengan memanfaatkan digitalisasi, berbagai proses administrasi penjualan maupun pelayanan konsumen dapat berjalan lebih terstruktur dan efektif.



Gambar 1.2 Sosial Media Mimosa

Selain itu Digitalisasi ini juga dilakukan dalam proses pemasaran yang dilakukan oleh Mimosa. Hal ini terlihat melalui pemanfaatan sosial media yang dilakukan berbagai cabang dealer yang dimiliki oleh Mimosa. Selain itu sosial setiap brand yang dijalankan oleh Mimosa yaitu Wuling, MG, Geely, Jetour, Hyundai, Mazda, dan GWM memiliki akun sosial media masing - masing. Hal ini menunjukkan penerapan Marketing Mix, yang dilakukan oleh Mimosa. Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2016), Marketing mix adalah pembauran teknik marketing yang terdiri dari 4 hal diantaranya seperti, Produk (product), Harga (price), Lokasi (place), dan Promosi (promotion). Hal ini terlihat dari pemanfaatan sosial media dari setiap cabang dealer yang melambangkan penerapan *digital marketing* disertai dengan layanan yang dapat dilakukan secara langsung atau *offline* yaitu datang langsung ke dealer milik Mimosa di berbagai kota - kota besar seperti Pluit, BSD, Medan, Palembang, Surabaya, Bandung, dan berbagai cabang di kota- kota besar di Indonesia yang belum disebutkan.

Penerapan Marketing Mix ini sangat mendukung aktivitas penjualan maupun pelayanan konsumen khususnya pada Mimosa yang menawarkan brand brand baru dan umumnya menawarkan produk *Electric Vehicle* yang sedang

berkembang di pasar Indonesia. *Electric Vehicle* menjadi salah satu pilihan kendaraan yang cukup diminati di pasar Indonesia, hal ini terlihat dari penjualan mobil listrik yang mencapai total 82.525 unit di Indonesia dengan persentase 11,62% dari total penjualan kendaraan nasional. (Arifin, 2025). Brand - brand baru ini masih harus mendapatkan kepercayaan dari konsumen, khususnya di pasar Indonesia yang dikuasai oleh perusahaan asal Jepang. Oleh karena itu aktivitas *Digital Marketing* yang dijalankan oleh Mimosa berfungsi untuk menjawab keraguan maupun memenuhi permintaan dan kebutuhan masyarakat serta menjadi upaya yang cocok di tengah berkembangnya persaingan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis peran digitalisasi terhadap proses pemasaran di PT Mimosa Abadi (Dealer partner terpercaya dari Wuling, MG, Geely, Jetour, Hyundai, Mazda, dan GWM di Indonesia.). Penelitian ini berfokus pada bagaimana penerapan digitalisasi pemasaran yang dilakukan dalam penjualan kendaraan serta layanan after-sales yang diterima konsumen. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kontribusi teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi pemasaran dan penjualan, khususnya di bidang otomotif yang memiliki persaingan ketat dan kompleks.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja

Maksud dari pelaksanaan kerja magang ini adalah untuk memberikan pengalaman kerja secara langsung dalam lingkungan otomotif, khususnya dalam penerapan digitalisasi dalam marketing atau pemasaran. Melalui kegiatan magang ini, mahasiswa tidak hanya dikenalkan teori yang telah dipelajari di bangku perkuliahan, namun juga diberikan kesempatan secara langsung untuk terlibat dalam aktivitas dan proses kerja secara nyata yang berlangsung di perusahaan.

Kegiatan ini dilakukan sebagai sarana pembelajaran untuk mengaplikasikan langsung teori yang dipelajari agar mampu memahami alur bisnis dan sistem

penjualan dan pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan. Melalui pengalaman terjun langsung ke dunia profesional, mahasiswa dapat mempelajari bagaimana proses pemasaran dan penjualan kendaraan serta pelayanan after - sales dilakukan secara sistematis.

Selain itu kegiatan magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman secara praktis mengenai penerapan digitalisasi pemasaran kendaraan dalam mendukung efisiensi penjualan perusahaan. Mahasiswa diharapkan dapat memahami bagaimana pemasaran digital dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan engagement dan penjualan, membangun reputasi perusahaan, serta meningkatkan kualitas layanan after-sales terhadap konsumen.

Melalui pelaksanaan magang di PT Mimosa Abadi , mahasiswa juga diharapkan memperoleh wawasan mengenai standar kerja, budaya organisasi, dan etika profesional yang berlaku di perusahaan. Dengan demikian kegiatan magang juga mencakup pembentukan sikap profesional, tanggung jawab serta kemampuan beradaptasi dengan lingkungan kerja yang dinamis.

Secara keseluruhan, maksud dari pelaksanaan kegiatan magang ini adalah untuk menjembatani kesenjangan teori akademik dan praktik di dunia kerja profesional, sehingga mahasiswa memiliki kesiapan dalam menghadapi dunia kerja setelah masa pendidikan. Pengalaman yang diperoleh selama magang diharapkan dapat menjadi bekal bagi mahasiswa dalam mengembangkan kompetensi dan karir di masa depan, khususnya dalam bidang pemasaran, penjualan, dan pelayanan after-sales otomotif

1.2.2. Tujuan Kerja

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan magang ini adalah sebagai berikut :

1.2.2.1 Mempelajari dan memahami proses administrasi pemesanan, penjualan, dan layanan after-sales di PT Mimosa Abadi

Melalui kegiatan magang ini, penulis bertujuan untuk memperoleh pemahaman secara menyeluruh mengenai alur administrasi pemesanan kendaraan, kelengkapan berkas, penjualan

kendaraan, maupun layanan after-sales yang meliputi service, body repair, dan sparepart. Dengan terlibat langsung dalam proses kerja, diharapkan penulis dapat memahami bagaimana administrasi menunjang operasional perusahaan otomotif secara efisien.

1.2.2.2 Mengidentifikasi penerapan pemasaran digital dalam mendukung penjualan kendaraan

Tujuan selanjutnya adalah memahami seberapa jauh penerapan pemasaran yang dilakukan secara digital melalui sosial media dapat mendukung penjualan kendaraan dan menjangkau lebih banyak konsumen. Dengan terlibat aktif dalam merancang konten yang diperlukan untuk pemasaran digital, penulis diharapkan dapat mengetahui seberapa efektif pemasaran digital mendukung penjualan kendaraan.

1.2.2.3 Menganalisis peran pemasaran digital terhadap efektivitas dan efisiensi penjualan kendaraan

Kegiatan magang ini juga bertujuan untuk menganalisis sejauh mana penerapan pemasaran digital berkontribusi terhadap peningkatan efektivitas dan efisiensi penjualan kendaraan. Analisis dilakukan dengan mengamati statistik yang ada dari konten yang diposting maupun jumlah perkembangan akun sosial media dari cabang dealer Mimosa. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai manfaat pemasaran digital dalam mendukung penjualan.

1.2.2.4 Mengembangkan kemampuan analisis, komunikasi, dan problem solving dalam lingkungan kerja profesional

Selain penguasaan aspek teknis dalam pekerjaan, tujuan magang ini adalah untuk mengembangkan kemampuan non teknis yang diperlukan dalam dunia kerja profesional seperti, kemampuan analisis, komunikasi interpersonal, dan pemecahan masalah. Selama kegiatan magang, penulis dihadapi dengan berbagai situasi

dalam dunia kerja yang menuntut penulis untuk berpikir kritis, menyampaikan informasi dengan jelas, beradaptasi dengan perubahan situasi yang tidak terduga, dan pengambilan keputusan yang tepat apabila mengalami kendala.

1.2.2.5 Memberikan kontribusi positif dalam kegiatan operasional harian melalui pelaksanaan tugas perancangan desain pemasaran digital maupun layanan konsultasi konsumen melalui saluran chat.

Tujuan terakhir dari kegiatan magang ini adalah untuk memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan dengan melaksanakan tugas - tugas perancangan desain pemasaran digital dan layanan konsultasi konsumen yang diberikan. Dengan menjalankan tugas secara disiplin, teliti, dan sesuai dengan prosedur yang berlaku, penulis diharapkan dapat mendukung kelancaran operasional Marketing Department serta membantu tim menjaga kualitas layanan dan kepercayaan konsumen.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Kegiatan magang dilaksanakan selama periode 2 Februari 2026 hingga 5 Juni 2026, dengan total durasi 4 bulan. Pelaksanaan magang dilakukan setiap hari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja dimulai pada pukul 08.00 hingga 17.00 WIB. Waktu kerja bersifat fleksibel, menyesuaikan dengan beban pekerjaan yang harus diselesaikan setiap harinya. Selain kegiatan rutin di kantor, peserta juga terlibat dalam kegiatan di luar kantor seperti event dan pameran otomotif, seperti IIMS 2026, dan event - event pameran lainnya.

Kegiatan magang dilaksanakan di Departemen Marketing PT. Mimosa Abadi (Dealer partner terpercaya dari Wuling, MG, Geely, Jetour, Hyundai, Mazda, dan GWM di Indonesia.), berlokasi di Foresta Business Loft 7 - Bsd City, Jl. BSD Boulevard Utara No.8, Lengkong Kulon, Kec. Pagedangan, Kabupaten

Tangerang, Banten 15331, di bawah supervisi pembimbing perusahaan dan bekerja sama dengan berbagai divisi terkait.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja magang dilakukan sesuai dengan ketentuan yang tertulis dalam Buku Pedoman Teknis Penulisan Laporan Magang Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Mengacu pada pedoman tersebut, prosedur pelaksanaan kerja magang terbagi menjadi tiga tahap, yaitu

Prosedur pelaksanaan kerja magang diawali dengan serangkaian tahapan administrasi yang harus dilalui oleh peserta sebelum resmi memulai kegiatan kerja di PT. Mimosa Abadi (Dealer partner terpercaya dari Wuling, MG, Geely, Jetour, Hyundai, Mazda, dan GWM di Indonesia.). Adapun tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1.3.2.1 Pengajuan Tempat Magang.

Peserta terlebih dahulu mengajukan surat permohonan magang kepada PT. Mimosa Abadi (Dealer partner terpercaya dari Wuling, MG, Geely, Jetour, Hyundai, Mazda, dan GWM di Indonesia.), melalui pihak universitas. Surat tersebut berisi identitas mahasiswa, jurusan, periode magang yang diusulkan, serta tujuan pelaksanaan magang.

1.3.2.2 Proses Lamaran dan Pengiriman Dokumen

Setelah pengajuan magang diterima, peserta mengirimkan dokumen pendukung seperti curriculum vitae (CV) dan surat pengantar dari universitas ke bagian Human Resources.

1.3.2.3 Panggilan dan Seleksi Awal

Pihak perusahaan meninjau dokumen administratif yang masuk. Bagi peserta yang memenuhi kriteria, akan menerima panggilan untuk tahap berikutnya.

1.3.2.4 Penerimaan dan Penugasan Departemen

Peserta yang dinyatakan lolos akan dihubungi oleh *Human Resource Department* dan menerima surat penerimaan magang (internship offer letter) dari

perusahaan. Setelah itu, peserta ditempatkan di Departemen Marketing untuk melaksanakan kegiatan magang sesuai jadwal yang telah ditentukan.

1.3.2.5 Orientasi dan Penjelasan Tugas

Sebelum mulai bekerja, peserta dikenalkan oleh pembimbing lapangan mengenai perusahaan, struktur organisasi, budaya kerja, serta alat yang digunakan dalam proses pemasaran digital.

1.3.2.6 Mulai Pelaksanaan Kerja

Setelah tahap pengenalan selesai, peserta mulai menjalankan pekerjaan harian sesuai arahan dan bimbingan pembimbing perusahaan. Peserta mulai mengikuti alur proses kerja sesuai dengan ketentuan Tim Marketing PT. Mimosa Abadi (Dealer partner terpercaya dari Wuling, MG, Geely, Jetour, Hyundai, Mazda, dan GWM di Indonesia.).

1.3.2.7 Pembuatan Laporan dan Pelaksanaan Sidang

Selain melaksanakan aktivitas kerja harian, penulis juga mengisi *daily task* dan melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing serta membuat laporan magang untuk memenuhi syarat yang diperlukan untuk melakukan sidang magang sesuai ketentuan PRO-STEP. Kemudian, penulis mengikuti sidang magang sebagai syarat kelulusan Program Studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara