

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri laptop gaming berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Credence Research mencatat bahwa nilai pasar global laptop gaming naik dari USD 12,560 juta di tahun 2018 menjadi USD 16,889.19 juta pada 2024 [1]. Proyeksinya, angka ini akan terus meningkat hingga mencapai USD 34,329.87 juta pada tahun 2032 dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 9.30%. Angka-angka ini menunjukkan bahwa industri laptop gaming tidak hanya tumbuh konsisten, tapi juga punya prospek jangka panjang yang menjanjikan. Fungsi laptop gaming juga sudah bergeser dari yang tadinya hanya untuk bermain game, sekarang menjadi alat kerja profesional. Content creator menggunakannya untuk editing video, desainer grafis untuk rendering, bahkan atlet esports yang butuh performa tinggi untuk latihan dan kompetisi.

Indonesia sendiri punya peran besar dalam industri gaming dan esports regional. Data dari 6Wresearch menunjukkan bahwa Indonesia menyumbang 43% dari total 274.5 juta gamer di Asia Tenggara pada tahun 2021 dengan pendapatan mencapai USD 2.08 miliar [2]. Pasar esports Indonesia berkembang dari USD 11.1 juta di tahun 2023 dan diprediksi akan meningkat menjadi USD 16.55 juta pada 2030, dengan proyeksi jangka panjang mencapai USD 126.86 juta di tahun 2032 [3]. Pertumbuhan ini menandakan bahwa meskipun pasar laptop gaming di Indonesia sangat kompetitif, peluangnya tetap terbuka lebar sejalan dengan meningkatnya kebutuhan akan perangkat berperforma tinggi.

MSI Computer Indonesia adalah salah satu perusahaan yang sudah lama bergerak di industri ini. MSI mulai memproduksi laptop sejak 2004 dengan produk pertama mereka, M510C. Setelah perjalanan panjang, MSI berhasil meraih pangsa pasar tertinggi dunia untuk laptop gaming pada tahun 2015 [4]. Setahun kemudian, mereka menguasai 19% pasar notebook gaming global dan menjadi pemasok terbesar di dunia [6]. MSI memiliki strategi mereka yang fokus memahami

kebutuhan gamer terlebih dahulu sebelum mengembangkan produk. Di Indonesia, MSI juga aktif membangun kedekatan dengan konsumen lewat berbagai kegiatan komunitas dan event di kampus-kampus. Pengalaman penulis mengikuti event MSI di Universitas Multimedia Nusantara memberikan gambaran bahwa lingkungan kerja di perusahaan ini profesional namun tetap dinamis. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melaksanakan magang di PT MSI Computer Indonesia guna memperoleh pengalaman langsung di perusahaan market leader serta mengaplikasikan teori perkuliahan ke dalam praktik kerja nyata di industri yang terus berkembang.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Magang ini bermaksud untuk meningkatkan kompetensi dan wawasan lingkungan kerja profesional. Khususnya di marketing dalam industri teknologi, dengan target sebagai berikut :

1. Memahami sistem kerja dan nilai-nilai organisasi yang diterapkan di PT MSI Computer Indonesia sebagai bagian dari industri teknologi global.
2. Dapat mengimplementasikan teori dan konsep yang telah dipelajari di kuliah ke dalam dunia kerja *marketing* dan *communication marketing*.
3. Dapat membangun kompetensi dalam mengelola kebutuhan aktivitas promosi dan proses administrasi data untuk mendukung kegiatan *marketing*.
4. Mengasah kemampuan dalam membuat konten dan mengtranslate konten dari Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia agar sesuai dengan target market PT MSI Computer Indonesia.
5. Mempelajari cara kerja pemantauan konten dan evaluasi kampanye promosi PT MSI Computer Indonesia dalam mengukur keberhasilan strategi promosi.

6. Meningkatkan *skill analysis* dalam melakukan penelitian strategi promosi kompetitor, serta memahami peran *Key Opinion Leader* (KOL) dan influencer dalam strategi promosi.
7. Mengembangkan *skill communication*, *teamwork*, dan *time management* melalui berbagai kegiatan promosi yang dijalankan.
8. Membangun kesiapan diri di dunia profesional kerja dengan pengalaman, kinerja, dan pemahaman mengenai industri teknologi dan pasar laptop gaming.

Melalui pencapaian ini saya harapkan program magang ini dapat memberikan fondasi yang kuat untuk melanjutkan di dunia profesional kerja, terutama pada bidang *marketing* dan *communication marketing* dalam industri teknologi.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang ini berlangsung di PT MSI Computer Indonesia dalam jangka waktu 12 Januari – 12 July 2026, dengan menggunakan sistem Work From Office (WFO) yang menyesuaikan waktu jam operasional perusahaan. Waktu standar dimulai dari pukul 09:00 – 18:00 WIB, tetapi perusahaan juga memberikan fleksibilitas yang dimana peserta magang dapat memulai aktivitas lebih pagi pada pukul 08:00 dan dapat mengakhiri pada pukul 17:00 sehingga memungkinkan untuk pulang lebih awal sesuai atau dan kebijakan yang ditetapkan oleh perusahaan.

Sepanjang program magang, seluruh aktivitas dilaksanakan secara langsung di kantor. Peserta magang diwajibkan untuk mematuhi standar operasional perusahaan, melaksanakan tanggung jawab berdasarkan instruksi yang telah diberikan, serta menjalankan komunikasi dengan tim marketing dan divisi lain yang mendukung kegiatan promosi perusahaan.

Melalui pengalaman magang ini, peserta tidak hanya diharapkan mampu untuk menyelesaikan tugas-tugas teknis, namun juga memahami nilai-nilai profesionalisme dalam bekerja, serta mengembangkan keterampilan

komunikasi, beradaptasi, dan dinamika lingkungan kerja di perusahaan teknologi.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA