

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Magang

Praktek kerja magang, yang dalam laporan ini disingkat magang merupakan bagian dari pelatihan kerja, yang dilakukan oleh mahasiswa tingkat akhir sebagai salahsatu syarat utama untuk menyelesaikan proses pendidikan khususnya mahasiswa D-III Manajemen perdagangan Sekolah TInggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Dalam kegiatan magang mahasiswa dapat menambah keterampilan serta meningkatkan kemampuan untuk bersaing di dunia kerja maupun memasuki dunia usaha setelah menyelesaikan pendidikannya. Selain itu magang digunakan untuk mengaplikasikan semua ilmu yang dipelajari di bangku kuliah dan mempelajari detail tentang seluk beluk standar kerja yang profesional, sehingga bisa mempraktekannya secara langsung di lapangan pekerjaan. Pengalaman ini kemudian jadi bekal dalam menjalani jenjang karir pada dunia kerja.

Kegiatan ini dibuat berdasarkan pengalaman kerja yang didapat oleh penulis selama praktek kerja magang di PT Karya Sejahtera Abaditama, di dalam kegiatan ini penulis dapat menanamkan pengetahuan tentang bagaimana memasarkan suatu produk, apa saja strategi yang digunakan untuk menjual produk perdana Smartfren, penulis juga dapat belajar bagaimana cara berinteraksi yang baik secara langsung maupun melalui media sosial dengan orang-orang untuk menawarkan produknya. Peran internet pada saat ini bukan hanya sebagai sarana mencari informasi, tapi juga mempunyai potensi besar sebagai media pemasaran.

Aktivitas kerja sebagai *Direct Selling Agent* merupakan kegiatan penjualan dengan menawarkan produk kepada calon pembeli, serta mengenalkan produk dengan komunikasi yang baik kepada calon pembeli. Memasarkan produk dengan memanfaatkan internet media sosial, secara langsung, dan membuat stan sendiri agar lebih mempermudah untuk calon pembeli mendapatkan produknya. Melakukan promosi melalui media sosial untuk menarik perhatian pembeli, *branding*, menyebarluaskan informasi.

Perkembangan bisnis melalui media internet semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia. Media internet telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang memiliki prospek sangat baik saat ini, dimana melalui media internet penjual dapat menjangkau konsumen secara luas. Bahkan sekarang ini internet telah masuk ke berbagai pelosok negeri, masyarakat yang tinggal jauh dari kota pun dapat memanfaatkan fasilitas internet ini. Faktor lain yang dapat mempengaruhi preferensi belanja online yaitu layanan, karena internet (walaupun tanpa bertemu langsung) memungkinkan para pembeli untuk bertanya kepada penjual tentang informasi produk atau jasa yang diinginkan, konsumen dapat pula langsung memesan atau mengunduh produk yang diinginkan.

Pengguna media baru seperti *smartphone* semakin berkembang pesat, pengguna *smartphone* di Indonesia sekitar 100 juta pengguna *smartphone* aktif pada tahun 2018 menjadikan Indonesia sebagai Negara dengan populasi pengguna *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Cina, India dan Amerika Serikat karena dengan *smartphone*, manusia dapat mengakses semua informasi yang ingin diperoleh termasuk belanja online. Umumnya, masyarakat modern memanfaatkan *smartphone* sebagai media untuk melakukan kegiatan sehari-hari seperti belanja kebutuhan sehari-hari maupun berjualan online dengan cara mengunggah aplikasi dari *smartphone*. Aplikasi-aplikasi yang tersedia di *smartphone* sangat beragam tergantung dari kebutuhan masyarakat itu sendiri. Masyarakat, mayoritas memanfaatkan aplikasi transportasi online, belanja online, dan media sosial.

Adanya program magang yang telah ditetapkan sebagai mata kuliah wajib oleh Program Studi D-III Manajemen Perdagangan. Melalui praktek kerja magang ini penulis berharap dapat menerapkan antara konsep teori dan praktek yang akan bermuara kepada peningkatan prestasi belajar sekaligus memberi bekal kepada penulis untuk memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

1.2 Tujuan dan Manfaat Kegiatan

1.2.1 Tujuan

Adapun maksud dan tujuan penulisan yang ingin dicapai ialah:

1. Memperoleh pengalaman serta wawasan secara nyata dan menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan teori yang didapat selama perkuliahan.
2. Agar mahasiswa memperoleh keterampilan dan pengalaman kerja praktis sehingga secara langsung dapat memecahkan permasalahan yang ada dalam kegiatan bidangnya.
3. Meningkatkan wawasan kepada penulis agar dapat lebih merasakan pengalaman-pengalaman yang belum dirasakan sebelumnya.
4. Untuk menyelesaikan program kerja magang sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program studi D-III manajemen perdagangan.

1.2.2 Manfaat

1. Bagi Mahasiswa

- a. Memahami strategi memasarkan sebuah produk dalam proses marketing media sosial.
- b. Menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang telah dipelajari di perkuliahan.
- c. Memberikan nilai tambahan bagi pratikan untuk bersaing didunia kerja kelak setelah menyelesaikan studi nya.

2. Bagi Perusahaan

- a. Membantu mempersiapkan SDM berkualitas yang akan memasuki dunia kerja.
- b. Membentuk kriteria SDM yang dibutuhkan perusahaan.
- c. Meringankan sedikit pekerjaan di perusahaan dan dapat dipergunakan sebagai pasar tenaga kerja.

3. Bagi Perguruan Tinggi

- a. Terjadinya relasi kerjasama yang baik antar jurusan dengan instansi terkait.
- b. Mempromosikan program studi sehingga bisa dikenal oleh kalangan luas.
- c. Jurusan mampu menciptakan kualitas SDM yang dibutuhkan perusahaan.

1.3 Metode Penyusunan Magang

1.3.1 Tempat dan Periode Magang

Penulis melakukan praktek kerja magang (PKM) di PT Karya Sejahtera Abaditama Bagian DSA di Jl. Panjang Blok A No.43 Kedoya Utara 11520 Jakarta Barat. Yang terjadi selama 2 bulan.

Berdasarkan surat pedoman pelaksanaan magang dan ujian laporan tugas akhir magang program studi diplom III Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia tahun 2019 maka praktek kerja magang dilaksanakan selama 2 bulan terhitung mulai tanggal 01 September 2022 sampai dengan 01 November 2022. Jadwal setiap hari kerja Senin – Sabtu 09.00 sampai 17.00 WIB.

1.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam laporan ini antara lain observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi.

1. Observasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek di dalam kegiatan magang.
2. Wawancara, yaitu proses pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan, yang dalam hal itu ialah Praktisi Pembimbing Magang (PPM).

3. Studi Pustaka, yaitu, pengumpulan data dengan mempelajari literatur yang dapat dijadikan bahan referensi dalam penulisan laporan magang pada unit kerja marketing bagian *Direct Selling Agent*.
4. Dokumentasi, yaitu pengumpulan data yang berbentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka, serta foto yang berbentuk laporan dan penjelasan yang bisa menunjang studi. Penulis melakukan kegiatan dokumentasi secara langsung dalam bentuk foto terkait dengan aktivitas penjualan produk perdana smartfren.