

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Magang sebagai proses pelatihan kerja bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman kerja yang cukup sehingga lulus siap memasuki dunia kerja sebenarnya, sangat penting untuk tugas akhir yang akan saya kerjakan. Magang merupakan salah satu cara bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan apa yang telah dipelajari di bangku kuliah ke dunia kerja, serta dapat menambah pengalaman agar nantinya mahasiswa lebih siap menghadapi dunia kerja yang sebenarnya setelah lulus nanti.

Persaingan bisnis yang semakin ketat tidak hanya memberikan peluang, tetapi juga memberikan tantangan yang harus dihadapi oleh setiap pelaku bisnis. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang tumbuh sangat pesat dalam hal daya beli seiring dengan jumlah penduduk, khususnya di bidang kuliner. Tentunya bisnis kuliner merupakan bisnis yang sangat potensial, banyak pengusaha kuliner yang berhasil menjalankan usahanya sendiri, untuk itu banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru dalam industri kuliner. Namun, tidak sedikit pengusaha kuliner yang gagal atau gulung tikar.

Untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan produknya, perusahaan harus mampu menyediakan pelanggan dengan produk yang relevan terbaik. Pelanggan akan membeli kembali jika kebutuhannya terpenuhi. Loyalitas pelanggan sangat menguntungkan bagi kelangsungan dan perkembangan perusahaan.

Pada dasarnya dapat dilihat bahwa dalam proses pemasaran, pengusaha harus melakukan yang terbaik agar dapat diterima oleh pelanggan dan konsumen. Proses pengiriman barang dari produsen ke konsumen kapan dan di mana mereka dibutuhkan. Di era yang semakin kompetitif saat ini dimana perusahaan begitu kompetitif, dalam pendistribusian produk banyak faktor yang harus diperhatikan seperti fasilitas, transportasi, ketersediaan, dan komunikasi antar pihak yang berkepentingan sehingga harus berhati-hati agar semua proses tidak terhambat proses yang berkaitan. Proses pemasaran yang tidak efektif dapat mempengaruhi kualitas produk yang sampai ke tangan konsumen.

Lokasi Magang yang saya pilih adalah PT.Miun Sinergi Nusantara bergerak di bidang produksi makanan instant dan memegang posisi pemasaran dibagian online nya terkait dengan subjek yang akan dipegang. Alasan memilih Proses pemasaran secara online sebagai pokok bahasan adalah karena di era globalisasi sekarang ini, banyak perusahaan yang memilih proses marketing online sebagai sarana pemasaran produk dan jasanya. Marketing online sangat bagus dan membuat saya semakin tertarik untuk mengambil topik proses pemasaran untuk tugas akhir saya nanti.

1.2 Tujuan dan manfaat magang

1.2.1. Tujuan Umum

Diharapkan setelah selesai mengikuti kegiatan magang, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman kerja lapangan dan mendapatkan pelajaran tentang etika kerja, kedisiplinan, kerja keras, profesionalisme, dan lain-lain selama magang.

1.2.2. Tujuan Khusus

1. Mengetahui lebih dalam tentang PT.Miun Sinergi Nusantara khususnya di bagian pemasaran.
2. Memahami sistem kerja internal perusahaan, proses kerja P T . Miun Sinergi Nusantara.
3. Memahami pekerjaan dan aktivitas dalam proses marketing.

1.3 Manfaat Magang

Program magang mempunyai manfaat yang sangat besar bagi mahasiswa, perguruan tinggi, dan perusahaan. Manfaat magang antara lain:

1.3.1. Manfaat Bagi mahasiswa

1. Sebagai cara mengaplikasikan ilmu yang didapat di perkuliahan.
2. Menambah wawasan dan pengetahuan tentang dunia kerja.

3. Menumbuhkan rasa tanggung jawab dan mentalitas mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan dunia kerja.
4. Meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dengan mempraktekan langsung di tempat kerja.
5. Mempersiapkan mahasiswa untuk dunia kerja setelah lulus .

1.3.2 Manfaat Bagi STEI

1. Memperluas jaringan kerja sama dengan instansi dan menjalin hubungan baik dengan instansi perguruan tinggi.
2. Meningkatkan kualitas lulusan melalui pengalaman kerja magang .
3. Perguruan tinggi akan lebih terkenal di industri .

1.4. Metode Pelaporan Data

1.4.1 Tempat Dan Waktu Magang

Penulis melaksanakan Praktek Magang (PKM) di PT. Miun Sinergi Nusantara bagian marketing jl. Talaga Bodas, desa.Sindangmekar, kec.Wanaraja, Kab .Garut , Jawa Barat 44183 berlangsung selama 8 minggu .

1.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Ada 3 (tiga) metode yang digunakan dalam pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap objek selama kegiatan magang.
2. Wawancara, proses pengumpulan data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan kepada informan (dalam hal ini praktik pembimbing magang (ppm)).
3. Studi Pustaka, yaitu pengumpulan data melalui penelitian literatur, sebagai acuan penulisan laporan magang di unit kerja pemasaran.
4. Terlibat proses langsung, dengan terjun langsung ke lapangan untuk mengetahui situasi dan kondisi sekaligus berinteraksi langsung dengan karyawan marketing dalam proses input data.