

BAB 1. PENDAHULUAN

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Ascharisa, 2018). Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen (Purwana et al, 2017). Mahasiswa dan mahasiswi yang akan memasuki dunia kerja perlu mengikuti praktik kerja lapangan yang dilakukan di instansi perusahaan tertentu agar mahasiswa dan mahasiswi tersebut memiliki bekal yang kuat dalam menghadapi realita dunia kerja saat ini.

GM Academy Malang merupakan perusahaan yang berfokus pada pemasaran online yang bertujuan untuk membantu pengusaha seperti UMKM (Usaha Mikro Kecil, dan Menengah) yang mencakup berbagai sektor, mulai dari industri, perdagangan maupun jasa untuk memasarkan jasa dan produk melalui dunia digital atau online. GM Academy Malang tidak hanya berorientasi pada pemasaran online saja, namun juga mengajarkan berbagai ilmu Digital Marketing antara lain Blog Marketing, Video Marketing, Social Marketing dan Forum Marketing. Selain itu, di GM Academy Malang juga diajarkan mengenai pengembangan web, kewirausahaan, manajemen bisnis dan berbagai aspek lainnya.

Dalam era Revolusi Industri saat ini, para pengusaha bisnis diharapkan dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis. Salah satu upaya yang ditekankan adalah memanfaatkan teknologi digital. Beberapa penelitian telah mengindikasikan bahwa penerapan digitalisasi mampu meningkatkan produktivitas dan kinerja dari sektor UMKM. Selain itu, terdapat beragam media

promosi online yang dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas bisnis mereka.

Oleh karena itu, pada kegiatan Praktik Kerja Lapang ini penulis membuat promosi di media yang akan diimplementasikan sebagai sarana untuk mempromosikan produk maupun jasa secara online. Media yang akan diterapkan adalah platform Locket, karena platform Locket tidak dikenakan biaya dan memiliki fungsionalitas yang hampir serupa dan dengan platform yang lainnya. Selain itu, platform Locket tidak sulit untuk dipahami oleh berbagai kalangan. Keunggulan lainnya adalah kemungkinan lebih tinggi bagi platform Locket untuk tampil di halaman pertama di Google, didukung oleh penelitian di google.co.id dan data dari google trends. Hal ini menyebabkan banyak orang lebih memilih untuk melihatnya terlebih dahulu dibandingkan dengan platform lainnya.

1.2. Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat laporan Magang adalah penjabaran teori-teori yang menunjukkan adanya output, sesuatu yang didapatkan selama kegiatan kegiatan Magang.

1.2.1 Tujuan Umum Magang

Tujuan Magang secara umum adalah memberikan pengalaman praktis, pembelajaran langsung dan meningkatkan keterampilan bagi peserta magang di GM Academy dalam lingkungan kerja sebenarnya. Selain itu, tujuan magang adalah memberikan kesempatan bagi peserta magang untuk memahami lebih baik tentang karir yang diminati, mengembangkan keterampilan dalam bidang tertentu dan mengenali lingkup dunia kerja.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

Adapun tujuan khusus sebagai berikut:

- a. Memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan kepemimpinan melalui tanggung jawab tertentu;

- b. Memberikan peluang bagi mahasiswa untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, berpikir secara kritis dan kreatif serta mendorong rasa percaya diri;
- c. Melatih mahasiswa dalam melaksanakan pekerjaan di lapangan, sekaligus mengasah keterampilan teknis atau keahlian spesifik yang relevan dengan bidang pekerjaan.

1.2.3 Manfaat Magang

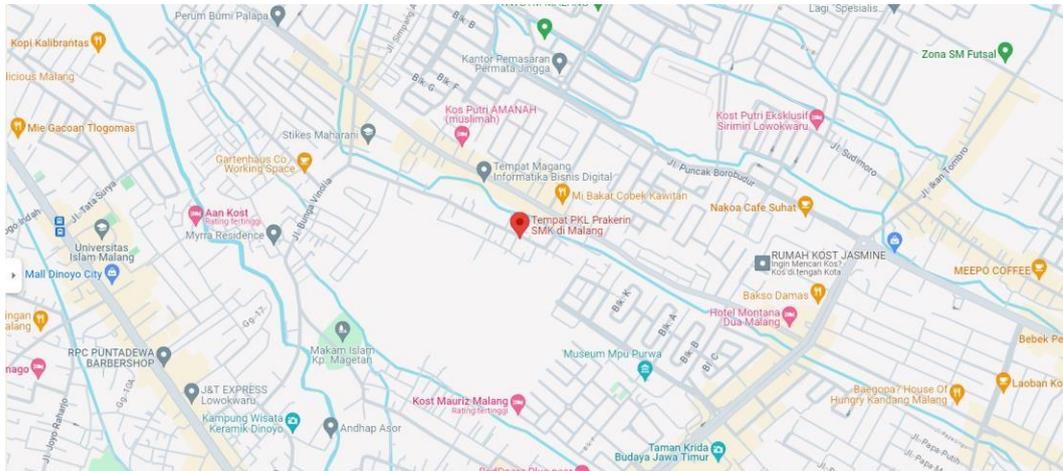
Adapun manfaat magang sebagai berikut:

- a. Mahasiswa memperoleh kesempatan untuk mengembangkan keterampilan kepemimpinan melalui tanggung jawab yang diberikan.
- b. Mahasiswa memperoleh peluang untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, berpikir secara kritis dan kreatif serta mendorong rasa percaya diri dalam dirinya.
- c. Mahasiswa terlatih dalam melaksanakan pekerjaan di lapangan, sekaligus mengasah keterampilan secara teknis atau keahlian spesifik yang relevan dengan bidang pekerjaan.

1.3 Lokasi dan Jadwal Kerja

1.3.1 Lokasi Magang

Lokasi kegiatan magang ini dilaksanakan di Jl. Simpang Candi Panggung No.37, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141. Berikut merupakan peta lokasi pelaksanaan kegiatan Magang.



Gambar 1. 1 Peta Lokasi Magang GM Academy Malang

1.3.2 Jadwal Magang

Jadwal pelaksanaan Magang di GM Academy Malang dimulai dari tanggal 19 September 2023 dan berakhir 13 Januari 2024. Pelaksanaan jam kerja yang telah ditetapkan oleh pihak GM Academy Malang yaitu hari Senin hingga Sabtu, untuk shift pagi pukul 08.00 – 11.00 WIB dan untuk shift siang pukul 12.15 – 16.00 WIB.

1.4 Metode Pelaksanaan

1.4.1 Metode Pelaksanaan Dosen Pembimbing

Metode yang digunakan pada praktik ini yaitu :

a. Observasi

Tahap observasi merujuk pada proses pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terkait tempat Magang di GM Academy Malang mengenai kondisi lingkungan, lokasi, suasana, fasilitas maupun aktivitas kerja.

b. Diskusi dan Wawancara

Tahap ini dilakukan proses wawancara yang melibatkan diskusi mendalam dan serangkaian pertanyaan guna memperoleh informasi terkait strategi pemasaran dalam beberapa platform, terutama platform Locket

c. Studi Pustaka

Dalam tahap ini, melibatkan pencarian dan pengumpulan sumber referensi yang dapat digunakan sebagai acuan yang relevan dalam strategi pemasaran, khususnya pada platform Locket

d. Dokumentasi Kegiatan

Tahap ini dilakukan dengan menyusun Laporan Magang dan mengerjakan Buku Kerja Praktek Mahasiswa yang mencakup rangkuman kegiatan harian selama masa Magang di GM Academy Malang.

1.4.2 Metode Pelaksanaan Dosen Lapang

Metode Pelaksanaan Magang yang dibimbing oleh Dosen Lapang yaitu:

- a. Melakukan diskusi kolaboratif untuk membicarakan pola pikir masyarakat Indonesia yang masih enggan memulai bisnis, serta mengidentifikasi cara mengatasi ketidakyakinan dan meningkatkan rasa kepercayaan diri untuk terlibat dalam dunia bisnis.
- b. Melakukan riset terkait katakunci, kompetitor dan target pasar untuk menyusun pesan promosi dengan tujuan mengoptimalkan target pasar.
- c. Melaksanakan praktik kerja dengan menyelesaikan tugas sesuai dengan arahan dari dosen pembimbing lapangan. Serta, mengimplementasikan dengan baik materi dan ilmu yang telah disampaikan oleh pembimbing lapang.

