

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Politeknik Negeri Jember merupakan salah satu perguruan tinggi yang berada di kabupaten Jember, Jawa Timur yang menyelenggarakan pendidikan vokasional, yaitu Pendidikan yang dapat mengarahkan proses belajar mengajar pada tingkat keahlian tertentu dan memberikan keterampilan khusus yang dibutuhkan oleh industri. Sistem Pendidikan yang diberikan berbasis pada peningkatan keterampilan sumber daya manusia dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan keterampilan dasar yang kuat, sehingga lulusannya mampu mengembangkan diri dalam menghadapi perubahan lingkungan. Lulusan Politeknik Negeri Jember diharapkan dapat berkompetisi pada dunia industri dan mampu berwirausaha secara mandiri.

Program magang yang diselenggarakan oleh Politeknik Negeri Jember berfokus pada pengembangan keterampilan praktis dan aplikatif, bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam dunia kerja, serta memperdalam pemahaman mereka tentang teori yang telah dipelajari di kelas perkuliahan. Magang dilaksanakan dengan cara menjalin kerja sama dengan instansi atau perusahaan yang masih terkait erat dengan disiplin ilmu mahasiswa dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Seiring dengan peningkatan kompetensi sumber daya manusia yang handal, dengan dilaksanakannya kegiatan pendidikan akademik yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan industri, yaitu dengan dilaksanakannya magang dengan bobot 20 sks atau setara dengan 900 jam yang terdiri dari 10 jam pra magang, 800 jam magang, 90 jam pasca magang atau 5 bulan untuk Program Diploma IV yang dilaksanakan pada semester 7 (tujuh). Mahasiswa diwajibkan hadir dilokasi kegiatan selama hari kerja dan mentaati peraturan-peraturan yang berlaku serta menuliskan setiap kegiatan magang di Buku Kerja Praktik Mahasiswa (BKPM).

PT Multi Aneka Pangan Nusantara merupakan produsen yang sudah bergerak cukup lama dalam industri pengolahan cokelat yaitu dimulai sejak tahun 1952. PT. Multi Aneka Pangan Nusantara sudah 70 tahun berpengalaman pada

bidang industri manufaktur, perusahaan menyediakan beraneka ragam produk olahan cokelat seperti *cocoa powder*, *compound*, cokelat butir atau meses, *fillings*, pasta, minuman *chocolate drink* dan jenis cokelat yang difungsikan sebagai aplikasi industri dengan rasa, warna, dan Ph yang cocok untuk kebutuhan para konsumennya. Dalam era digital yang terus berkembang, perusahaan dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi dan media sosial. Pemasaran tradisional yang hanya mengandalkan metode offline, seperti iklan cetak, *billboard*, dan promosi langsung, kini perlu dipadukan dengan strategi pemasaran online yang efektif. Sosial media telah menjadi salah satu platform utama bagi perusahaan untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas dan beragam. Media sosial menawarkan kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen, membangun hubungan yang lebih dekat, serta meningkatkan *brand awareness*.

Pemasaran produk cokelat Parrot oleh PT Multi Aneka Pangan Nusantara dilakukan melalui berbagai saluran *offline* yang mencakup *General Trade* (GT), *Food Service* (FS), dan *Modern Trade* (MT). Pemasaran *General Trade*, produk Parrot tersedia di toko bahan kue, toko plastik, toko sembako, serta melalui distributor dan non-distributor. Sementara itu, dalam *Food Service*, produk ini dipasarkan ke hotel, resort, kafe, UMKM, dan bakery. *Modern Trade*, Parrot menjangkau konsumen melalui *chainstore* dan *non-chainstore*. Pendekatan multi saluran tersebut, perusahaan berupaya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek di seluruh Indonesia. Selain itu, strategi pemasaran juga dilakukan melalui media digital sebagai bentuk memperkenalkan produk dan mempromosikan produk agar lebih menjangkau konsumen yang lebih luas, dikarenakan pemasaran yang dilakukan melalui media sosial perusahaan tidak dapat membatasi setiap orang yang melihat dan menjangkau akun sehingga hal tersebut menjadi salah satu cara dalam menyampaikan pesan dan personal merek.

Dampak media sosial terhadap citra merek suatu perusahaan merupakan topik yang kompleks namun sangat relevan di era digital saat ini. Media sosial telah menjadi alat yang ampuh bagi bisnis untuk menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen dan pengguna aktif media sosial. Pemasaran digital yang dilakukan oleh

merek Parrot mengalami beberapa kendala yaitu terkait *insight* dan *engagement* akun Instagram dan TikTok yang belum cukup optimal. Media sosial sangat efisien digunakan untuk pemasaran di era digital saat ini, namun dalam membuat konten untuk media sosial juga harus menyampaikan pesan dan kesan yang positif sehingga merek memiliki citra yang baik dimata konsumen untuk mencapai tujuan yang dimana media sosial akan memberikan pengaruh penuh dalam membangun *brand image* dan pemasaran digital dianggap sangat efektif.

Brand image memainkan peran penting dalam memengaruhi loyalitas konsumen. Citra merek yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan dan kesetiaan konsumen, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk terus mendukung dan membeli dari merek tersebut. *Brand image* yang positif dapat tercipta melalui konten yang konsisten, pesan yang jelas, dan pengalaman pengguna yang menyenangkan (Budiman & Majid, 2024).

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum Magang

Tujuan umum dari pelaksanaan kegiatan magang di PT Multi Aneka Pangan Nusantara adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kemampuan dan ketrampilan diri serta mendapatkan pengalaman dan gambaran dunia kerja di tempat magang.
2. Mengembangkan dan menerapkan secara langsung teori pembelajaran di masa perkuliahan pada perusahaan atau tempat magang.
3. Melatih berpikir lebih kritis dan banyak belajar mengenai *problem solving* pada pelaksanaan secara teknis di tempat magang.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

Tujuan khusus dari pelaksanaann kegiatan magang di PT Multi Aneka Pangan Nusantara adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi dan memahami peran media sosial sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran produk PT Multi Aneka Pangan Nusantara.

2. Menganalisis penggunaan media sosial dalam menjangkau dan menarik minat pelanggan
3. Memahami permasalahan *insight* dan *engagement* konten di akun media sosial Parrot coklat serta memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi.
4. Mengetahui efektivitas media sosial dalam membangun *brand image* produk coklat Parrot

1.2.3 Manfaat Magang

Adapun manfaat dari pelaksanaan kegiatan magang ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat untuk mahasiswa:
 - a. Memberikan pengalaman dan ketrampilan sebagai bahan pegangan untuk terjun di dunia kerja.
 - b. Memperoleh bekal mengenai sistem, sikap dan perilaku budaya di dunia kerja.
 - c. Mengembangkan kemampuan untuk menganalisis data, mengidentifikasi masalah, dan merumuskan solusi yang tepat untuk meningkatkan *insight* media sosial perusahaan melalui tugas-tugas yang diberikan dalam kegiatan magang.
2. Manfaat untuk Politeknik Negeri Jember:
 - a. Mendapatkan informasi atau gambaran perkembangan ipteks yang diterapkan di industri/instansi untuk menjaga mutu dan relevansi kurikulum.
 - b. Membuka peluang kerjasama yang lebih intensif pada kegiatan tridharma.
3. Manfaat untuk Perusahaan:
 - a. Mengembangkan keterampilan sesuai dengan tugas-tugas yang diberikan seperti membuat perencanaan dan menganalisis data hal tersebut akan membantu perusahaan untuk mendapatkan data dengan lebih cepat.
 - b. Membantu pekerjaan yang ada di tempat magang, sehingga dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
 - c. Mendapatkan alternatif solusi-solusi dari beberapa permasalahan.

1.3 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Magang

Tempat pelaksanaan kegiatan magang menyesuaikan kebijakan perusahaan yaitu berada di kantor utama PT. Multi Aneka Pangan Nusantara yang bertempat di Ruang *Marketing* lantai 2 Twin Tower Jl. Kalisari I No.8A, Kapasari, Kec. Genteng, Kota Surabaya, Jawa Timur. Kegiatan magang dilaksanakan pada tanggal 10 Juli 2024 - 19 November 2024 yaitu kurang lebih dalam kurun waktu 4 bulan. Jam kerja disesuaikan dengan jam kerja perusahaan yaitu 8 jam kerja untuk hari Senin – Jumat dimulai pada pukul 08.00 – 17.00 dengan istirahat 1 jam dari pukul 12.00-13.00.

1.4 Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang digunakan selama pelaksanaan magang dan penyusunan laporan magang adalah sebagai berikut:

a. Observasi Lapang

Kegiatan observasi lapang dilakukan dengan mengamati secara langsung kegiatan operasional perusahaan, mengamati objek dilapangan untuk mendapatkan informasi secara nyata mengenai suatu hal yang terjadi.

b. Praktik Langsung

Mahasiswa terlibat secara langsung dalam kegiatan operasional lapang, dan berpartisipasi dalam kegiatan seperti memahami proses pemasaran produk baik secara langsung maupun *online*, serta merancang strategi yang efektif dalam memperkenalkan produk melalui media sosial sehingga dapat meningkatkan kesadaran merek, menarik minat konsumen, dan mendorong penjualan secara maksimal.

c. Wawancara

Kegiatan wawancara dilakukan secara langsung dengan pembimbing lapang dan juga pihak-pihak divisi *marketing* yang terlibat selama proses pelaksanaan magang untuk mendapatkan informasi mengenai kegiatan dan juga produk-produk dalam perusahaan. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh data secara langsung.

d. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan pengambilan gambar menggunakan kamera kemudian hasilnya dilampirkan untuk memperkuat isi laporan. Proses dokumentasi tidak hanya pengambilan gambar, namun juga proses pengumpulan informasi dapat berupa tulisan, angka dan berbagai dokumen lainnya untuk membantu dalam analisis laporan magang sesuai dengan topik yang diambil.

e. Studi Literatur

Studi literatur berupa pengumpulan data dan informasi yang diambil dari berbagai sumber dan literatur baik dari perusahaan maupun diluar perusahaan berupa teori-teori atau kumpulan tulisan yang terkait dengan topik untuk mendukung proses penulisan laporan magang.