

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Era digital 4.0 menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam menjalankan operasional bisnis, strategi pemasaran, hingga pengembangan produk. Transformasi digital bukan lagi menjadi pilihan, melainkan kebutuhan mendesak bagi semua skala bisnis, mulai dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) hingga korporasi besar. Kondisi ini menciptakan peluang sekaligus tantangan baru, khususnya bagi para lulusan bidang Bisnis Digital yang diharapkan mampu menjembatani kebutuhan bisnis dengan implementasi teknologi digital.

Program Studi D-IV Bisnis Digital Politeknik Negeri Jember dirancang untuk menghasilkan lulusan yang kompeten dalam mengelola dan mengembangkan bisnis berbasis digital. Kompetensi yang diajarkan meliputi digital marketing, branding, *e-commerce*, *content creation*, *business analytics*, hingga *entrepreneurship* digital. Kurikulum dirancang untuk mengintegrasikan pemahaman bisnis dengan kemampuan teknis digital, sehingga lulusan tidak hanya memahami aspek teknologi tetapi juga dapat menggunakannya untuk menciptakan nilai bisnis. Namun, pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku perkuliahan perlu diimbangi dengan pengalaman praktis di dunia industri untuk menghasilkan lulusan yang benar-benar siap kerja dan mampu berkontribusi secara optimal.

Kegiatan magang merupakan bagian integral dari proses pendidikan vokasi yang bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja nyata kepada mahasiswa. Melalui magang, mahasiswa dapat mengaplikasikan teori yang telah dipelajari, memahami dinamika dunia kerja yang sesungguhnya, mengembangkan *soft skills* seperti komunikasi dan *teamwork*, serta membangun *networking* profesional yang dapat bermanfaat untuk pengembangan karir di masa depan. Kegiatan ini juga menjadi sarana evaluasi terhadap kesiapan mahasiswa dalam

memasuki dunia kerja, sekaligus memberikan *feedback* kepada institusi pendidikan mengenai relevansi kurikulum dengan kebutuhan industri.

PT Utero Kreatif Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang branding dan marketing dengan fokus pada industri kreatif. Perusahaan ini memiliki visi untuk menjadi *holding company* yang tidak hanya bergerak di bidang percetakan dan iklan, tetapi juga pengembangan konsep kreatif dan inovasi bisnis. Dengan slogan Ide tanpa realisasi sama dengan sampah, Utero Indonesia berupaya menjadi wadah bagi para kreator untuk berkarya sekaligus memberikan dampak sosial positif kepada masyarakat, khususnya pelaku UMKM yang membutuhkan bantuan dalam transformasi digital dan pengembangan brand.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang kreatif dan digital, PT Utero Kreatif Indonesia memiliki berbagai divisi yang menangani branding, desain grafis, pengembangan konten digital, hingga konsultasi bisnis untuk UMKM. Perusahaan ini juga mengembangkan Utero Academy sebagai platform pembelajaran dan pengembangan SDM di bidang Desain Komunikasi Visual (DKV) dan industri kreatif. Program academy ini tidak hanya memberikan pelatihan teknis desain, tetapi juga mengembangkan kurikulum untuk institusi pendidikan vokasi seperti SMK. Keberagaman bidang kerja ini memberikan kesempatan luas bagi mahasiswa magang untuk belajar dan berkontribusi dalam berbagai aspek bisnis digital, mulai dari hulu (pendidikan dan pengembangan SDM) hingga hilir (implementasi branding dan marketing untuk klien).

Indonesia memiliki lebih dari 64 juta UMKM yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Namun, banyak UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam hal branding, pemasaran digital, dan legalisasi produk. Di sisi lain, pendidikan vokasi di Indonesia, khususnya jurusan DKV di SMK, membutuhkan kurikulum yang lebih aplikatif dan sesuai dengan kebutuhan industri kreatif terkini. PT Utero Kreatif Indonesia melihat kedua tantangan ini sebagai peluang untuk memberikan kontribusi nyata, baik melalui pemberdayaan UMKM maupun pengembangan ekosistem pendidikan industri kreatif.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis melaksanakan kegiatan magang di PT Utero Kreatif Indonesia selama periode 4 Agustus 2025 hingga 4

Desember 2025. Selama periode magang, penulis terlibat dalam berbagai kegiatan strategis yang dapat dikategorikan menjadi tiga pilar utama: (1) Pengembangan Kurikulum dan produk edukasi untuk Utero Academy, (2) Branding dan identitas visual untuk berbagai UMKM, dan (3) Strategi Digital Marketing termasuk *e-commerce optimization* dan *content creation*. Ketiga pilar ini saling berkaitan dan mencerminkan pendekatan holistik PT Utero dalam mengembangkan ekosistem industri kreatif di Indonesia.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan selama magang memberikan pengalaman komprehensif dalam mengaplikasikan ilmu Bisnis Digital di konteks industri nyata. Mulai dari pekerjaan yang bersifat strategis seperti menyusun kurikulum dan business plan, hingga pekerjaan teknis seperti desain logo dan pembuatan infografis. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya portofolio penulis, tetapi juga memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana berbagai elemen Bisnis Digital terintegrasi untuk menciptakan nilai bisnis yang nyata.

1.2 Tujuan Magang

Pelaksanaan kegiatan magang di PT Utero Kreatif Indonesia memiliki tujuan yang dapat dikategorikan menjadi tujuan umum dan tujuan khusus sebagai berikut:

1.2.1 Tujuan Umum

- a. Mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan keterampilan Bisnis Digital yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik kerja nyata di industri kreatif
- b. Memahami dinamika dunia kerja profesional, budaya organisasi, dan tuntutan kualitas di industri branding dan digital marketing
- c. Membangun jejaring profesional dengan praktisi industri kreatif dan digital
- d. Meningkatkan kesiapan kerja melalui pengalaman praktis dan pengembangan portofolio

1.2.2 Tujuan Khusus

Berdasarkan tiga pilar utama kegiatan magang, tujuan khusus yang ingin dicapai adalah:

1.2.2.1 Pengembangan Kurikulum dan Produk Edukasi

- a. Mengembangkan kurikulum SMK jurusan DKV yang sesuai standar pendidikan dan kebutuhan industri
- b. Menyusun handbook, modul pembelajaran, dan business planner teaching factory untuk Utero Academy
- c. Mengembangkan materi pelatihan teknologi AR/VR dan materi pembelajaran dasar komputer serta peluang karir DKV

1.2.2.2 Branding dan Identitas Visual UMKM

- a. Membuat konsep branding dan moodboard untuk berbagai jenis UMKM
- b. Mendesain logo dan identitas visual yang sesuai dengan karakteristik produk UMKM
- c. Menyusun panduan lengkap sertifikasi halal, PIRT, dan pendaftaran merek untuk UMKM

1.2.2.3 Strategi Digital Marketing

- a. Menganalisis dan menyusun strategi optimasi e-commerce Indonesia untuk tahun 2025
- b. Melakukan riset destination branding untuk desa wisata berbasis agribisnis
- c. Mengelola data penjualan marketplace dan melaksanakan email marketing campaign
- d. Mengembangkan SOP produksi video konten dan booklet panduan konten profesional

1.3 Manfaat Magang

Pelaksanaan kegiatan magang di PT Utero Kreatif Indonesia memberikan manfaat bagi tiga pihak utama: mahasiswa, perusahaan, dan institusi pendidikan.

1.3.1 Manfaat bagi Mahasiswa

1.3.1.1 Peningkatan Kompetensi Teknis

- a. Menguasai *software* profesional (Adobe Photoshop, Canva, Microsoft Office Suite)
- b. Memahami implementasi strategi digital marketing dan e-commerce *optimization*
- c. Mengembangkan kemampuan project management dan dokumentasi

1.3.1.2 Pengembangan Soft Skills

- a. Meningkatkan kemampuan komunikasi, presentasi, dan teamwork
- b. Mengasah *problem solving* dan *critical thinking* dalam situasi nyata
- c. Membangun *profesionalisme* dan *time management*

1.3.1.3 Wawasan Industri

- a. Memahami business process di industri kreatif dan digital
- b. Mengetahui tren terkini dalam branding dan digital marketing
- c. Memperoleh insight tentang challenges dan solusi untuk UMKM

1.3.1.4 Kesiapan Kerja

- a. Membangun portofolio kerja yang dapat digunakan untuk melamar pekerjaan
- b. Mendapatkan networking dengan profesional industri
- c. Meningkatkan kepercayaan diri untuk memasuki dunia kerja

1.3.2 Manfaat bagi Perusahaan

- a. Mendapatkan sumber daya tambahan untuk menyelesaikan berbagai project
- b. Memperoleh perspektif fresh dari generasi muda yang update dengan tren digital
- c. Kesempatan talent scouting untuk kebutuhan rekrutmen di masa depan
- d. Memenuhi corporate social responsibility dalam pengembangan SDM

1.3.3 Manfaat bagi Institusi Pendidikan

- a. Mendapatkan *feedback* untuk evaluasi dan pengembangan kurikulum
- b. Memperkuat kerjasama dengan industri untuk program link and match
- c. Meningkatkan reputasi institusi melalui kinerja mahasiswa di tempat magang

1.4 Lokasi dan Waktu

Kegiatan magang dilaksanakan di PT Utero Kreatif Indonesia yang berlokasi di Jl. Bantaran No. 25, Tulusrejo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Perusahaan ini bergerak di bidang branding dan marketing dengan fokus pada industri kreatif. PT Utero Kreatif Indonesia memiliki berbagai divisi yang menangani branding, desain grafis, pengembangan konten digital, hingga konsultasi bisnis untuk UMKM, serta mengembangkan Utero Academy sebagai platform pembelajaran di bidang Desain Komunikasi Visual (DKV).

Pelaksanaan magang dimulai pada tanggal 4 Agustus 2025 dan berakhir pada tanggal 4 Desember 2025, dengan total durasi 4 bulan atau sekitar 18 minggu. Kegiatan magang dilakukan pada hari Senin sampai Sabtu dengan jam kerja regular mulai pukul 08:30 hingga 16:30 WIB, dengan waktu istirahat pada pukul 12:00 hingga 13:00 WIB. Dalam beberapa kesempatan, penulis juga melakukan shift pada hari Minggu sesuai dengan kebutuhan operasional perusahaan. Total jam kerja per hari adalah 7 jam dengan dengan total waktu pelaksanaan setara 900 jam.

Selama periode magang, penulis bekerja di dua lokasi utama yaitu Utero Academy sebagai lokasi primer untuk kegiatan pengembangan materi edukasi dan training, serta Gedung Utero Indonesia sebagai lokasi sekunder untuk kegiatan operasional tertentu dan meeting dengan klien. Pembimbing lapang yang mendampingi selama kegiatan magang adalah Ibu Fitri Labuda, M.Pd yang berperan sebagai koordinator dan mentor, memberikan *briefing*, supervisi, *feedback*, serta evaluasi terhadap kinerja mahasiswa magang.

1.5 Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan magang di PT Utero Kreatif Indonesia, penulis menggunakan beberapa metode untuk memaksimalkan proses pembelajaran dan penyelesaian tugas. Metode pertama adalah praktik lapangan, di mana penulis melakukan seluruh kegiatan secara langsung dengan arahan dari pembimbing lapang dan tim di perusahaan. Metode kedua adalah observasi dan wawancara yang dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam pengerjaan berbagai project, baik melalui tanya jawab langsung maupun tidak langsung dengan karyawan dan pembimbing lapang. Metode ketiga adalah dokumentasi, yaitu kegiatan pengumpulan dan pengelolaan segala informasi baik tertulis maupun digital yang berkaitan dengan kegiatan di perusahaan sebagai bahan analisis dan penguatan laporan magang.