

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi dan informasi saat ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat, dibuktikan dengan penggunaan internet terus mengalami kenaikan. Laporan terbaru *We Are Social* dan *Hootsuite* menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di seluruh dunia telah mencapai 5,16 miliar orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut mencapai 64,4% dari populasi global yang totalnya 8,01 miliar orang (Com & Awareness, 2024). Berdasarkan dari data diatas Teknologi dan Informasi menjadi kebutuhan masyarakat yang paling utama, khususnya dalam mencari kebutuhan informasi yang mudah hanya dengan mengakses internet. Dalam mempermudah pencarian situs pada *website* disetiap orang yang mencari kebutuhan informasi, maka diperlukan sebuah *search engine* atau mesin pencari.

Terdapat beberapa mesin pencari yang biasa digunakan untuk mencari dan mendapatkan informasi diantaranya yang paling popular dan paling banyak digunakan adalah Google. Google dapat mencari dan mengumpulkan data informasi tersebut berdasarkan keseuaian kata kunci (*keyword*) yang dimasukan. Website seringkali digunakan dalam memasarkan suatu produk atau layanan secara online. Penjualan melalui *website* akan lebih efektif jika didukung dengan strategi promosi yang baik. Tidak semua *website* bisa mencapai urutan pertama (peringkat) pada hasil pencarian atau *search engine result page* (SERP). Faktanya, mesin pencari sulit menemukannya karena banyaknya website pesaing yang sudah ada. Sehingga mempengaruhi jumlah pengunjung website tersebut (Wulandari et al., 2025). UMKM seringkali memiliki sumber daya terbatas dan mungkin tidak memiliki akses ke sumber daya yang sama seperti perusahaan besar dalam hal pemasaran dan promosi (Khurana et al., 2019). Namun, dengan penerapan strategi SEO yang tepat, UMKM memiliki kesempatan untuk bersaing secara efektif di pasar digital (Manado, 2024).

Oleh karena itu, Piranhamas Group memfokuskan kegiatan usahanya pada bidang pemasaran digital yang mencakup layanan konsultasi dan pelatihan. Dengan menerapkan strategi yang dikembangkan secara mandiri, perusahaan

mengoptimalkan pemanfaatan teknologi modern dalam dunia kewirausahaan melalui kegiatan promosi di berbagai platform media sosial.

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

Adapun tujuan dari pelaksanaan program magang ini di jabarkan sebagai berikut:

1.2.1 Tujuan Umum Magang

Secara umum, pelaksanaan magang yang dilakukan di Piranhamas Group bertujuan memberikan kontribusi pengetahuan serta pengalaman kerja yang nyata bagi mahasiswa, khususnya dalam sektor Digital Marketing. Dengan pelaksanaan magang ini, mahasiswa bisa merasakan secara langsung perbedaan antara materi yang dipelajari selama di bangku pendidikan perguruan tinggi terkait dengan bidang Teknik Informatika dengan kondisi serta tuntutan kerja yang dihadapi di dunia industri, khususnya di sektor Digital Marketing

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

Adapun tujuan khusus yang ingin dicapai dalam kegiatan magang di PT. Piranhamas Group sebagai berikut:

1. Memberikan ruang bagi mahasiswa untuk memperluas wawasan dan pengalaman kerja.
2. Mengembangkan kemampuan adaptasi mahasiswa terhadap lingkungan dan budaya kerja di dunia industri.
3. Melatih kemampuan mahasiswa dalam bekerja secara efektif didalam tim.
4. Meningkatkan keterampilan komunikasi mahasiswa, baik secara lisan maupun tertulis, dalam lingkungan profesional.
5. Melatih mahasiswa untuk bekerja secara disiplin, bertanggung jawab, dan sesuai dengan standar kerja yang berlaku.

1.2.3 Manfaat Magang

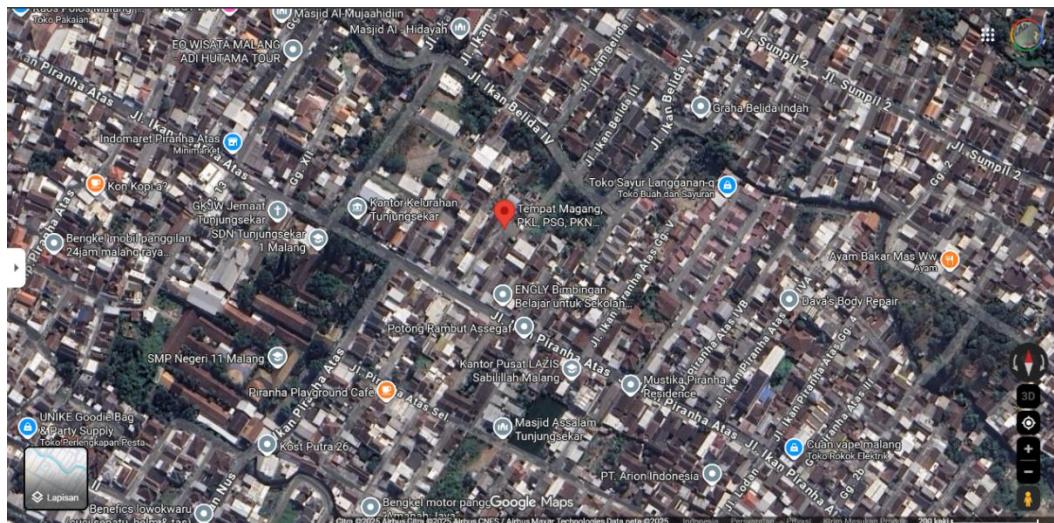
Manfaat dari pelaksanaan kegiatan magang di PT. Piranhamas Group sebagai berikut:

1. Menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman kerja sebagai bekal bagi mahasiswa untuk berperan aktif dan berkontribusi dalam dunia kerja.
 2. Membekali mahasiswa dengan pengalaman awal agar lebih siap dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja di masa mendatang.
 3. Memberikan dampak positif berupa meningkatnya kedisiplinan, rasa tanggung jawab, serta pemahaman mahasiswa terhadap standar kerja yang berlaku.
 4. Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam bekerja sama dan berkontribusi dalam tim.

1.3 Lokasi dan Jadwal Magang

1.3.1 Lokasi Kegiatan

Lokasi kegiatan Magang ini dilakukan di Jl. Ikan Piranha Atas V/1, RT.010, RW.001, Kel.Tunjungsekar, Kec.Lowokwaru, Kota Malang. Berikut merupakan peta lokasi yang akurat tentang letak pelaksanaan Magang.



Gambar 1. 1 Denah PT Piranhamas Group

1.3.2 Jadwal Kegiatan

Jadwal Magang di piranhamas Group sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Jadwal Kerja

Hari	Jam	Keterangan
Senin – Jum’at	07.30 – 12.00	Jam Kerja
	12.00 – 13.00	Jam Istirahat
	13.00 – 16.30	Jam Kerja

1.4 Metode Pelaksanaan

1.4.1 Metode Pelaksanaan Dosen Pembimbing

Kegiatan Praktik ini dilakukan dengan menggunakan metode berikut:

- a. Observasi, yaitu tahap pengumpulan data melalui pengamatan terhadap keadaan, lokasi, dan kegiatan kerja di Piranhamas Group.
- b. Diskusi dan wawancara, yaitu kegiatan untuk memperoleh informasi tentang Digital Marketing di beberapa platform.
- c. Studi Pustaka, yaitu proses pengumpulan sumber informasi yang digunakan untuk memasarkan produk di platform yang telah ditentukan.
- d. Dokumentasi kegiatan, yaitu pembuatan buku laporan yang berisi kegiatan sehari-hari selama bekerja di PT. Piranhamas Group.

1.4.2 Metode Pelaksanaan Dosen Lapang

Langkah-langkah pelaksanaan Magang meliputi:

- a. Kegiatan diskusi untuk membahas pola pikir Masyarakat yang masih takut untuk terjun ke dunia bisnis.
- b. Pengumpulan data informasi produk maupun jasa untuk memudahkan konsumen dalam menerima informasi.
- c. Kegiatan meriset kata kunci pada *Google Trends*, *Google.co.id* dan *Google Keyword Planner* yang digunakan untuk membuat *Username* dan *Title*.

- d. Memenuhi kaidah yang telah ditentukan di dunia Digital Marketing
- e. Kegiatan Praktik Kerja dengan mengerjakan tugas-tugas yang diberikan yang telah disepakati Bersama Dosen Pembimbing Lapang dan menerapkan ilmu yang diberikan Pembimbing Lapang.