

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan industri di Indonesia saat ini menuntut sumber daya manusia yang tidak hanya memahami konsep teoritis, tetapi juga mampu menguasai keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja. Persaingan bisnis yang semakin kompetitif, khususnya pada sektor layanan digital dan telekomunikasi, menuntut perusahaan untuk terus beradaptasi dalam strategi pemasaran agar dapat menjangkau dan mempertahankan pelanggan secara efektif. Oleh karena itu, institusi pendidikan vokasi seperti Politeknik memiliki peran penting dalam menyiapkan lulusan yang kompeten melalui pembelajaran berbasis praktik sehingga mampu menjawab kebutuhan industri secara nyata.

Politeknik Negeri Jember memiliki komitmen dalam mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan dunia kerja melalui program pembelajaran wajib magang. Program magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja langsung kepada mahasiswa, meningkatkan keterampilan profesional, membangun pemahaman terhadap dinamika industri, serta memperluas jaringan kerja yang dapat mendukung pengembangan karier mahasiswa. Selain itu, magang juga menjadi sarana penerapan teori yang telah dipelajari di perkuliahan ke dalam praktik di lingkungan kerja. Program magang pada jenjang D-4 dilaksanakan pada semester 7 dengan bobot 20 SKS (900 jam) atau setara 6 bulan kerja, dengan pembagian 50 jam pembekalan, 800 jam kegiatan magang, dan 50 jam akhir untuk konsultasi laporan, ujian, serta revisi.

Dalam rangka mendukung pelaksanaan program tersebut, penulis melaksanakan magang pada perusahaan/instansi yang bergerak di bidang layanan telekomunikasi, yaitu unit pemasaran dan penjualan ICONNET Semarang. ICONNET merupakan layanan internet *broadband* berbasis *fiber optic* yang dikembangkan oleh PLN melalui anak perusahaannya dengan tujuan menyediakan jaringan internet cepat, stabil, dan terjangkau bagi masyarakat. Seiring meningkatnya kebutuhan internet untuk aktivitas rumah tangga, pendidikan, hingga bisnis, permintaan layanan internet juga semakin tinggi, sehingga perusahaan

penyedia layanan internet harus mampu bersaing dalam memberikan nilai tambah yang meyakinkan calon pelanggan.

Namun, tantangan utama yang dihadapi ICONNET Semarang adalah tingginya tingkat persaingan antar penyedia layanan internet (ISP). Banyaknya pilihan produk dengan penawaran yang hampir serupa membuat calon pelanggan menjadi lebih selektif dalam menentukan layanan yang akan digunakan. Dalam kondisi tersebut, strategi pemasaran tidak hanya bergantung pada promosi perusahaan semata, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kekuatan personal branding dari tenaga penjualan. Personal branding menjadi faktor penting karena calon pelanggan cenderung lebih percaya terhadap penjual yang memiliki citra profesional, kredibel, komunikatif, dan aktif membangun hubungan di media digital.

Seiring berkembangnya teknologi dan perubahan perilaku konsumen, media digital seperti Instagram, WhatsApp *Business*, TikTok, dan platform *marketplace* menjadi saluran utama untuk mencari informasi serta membandingkan produk sebelum mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, penerapan personal branding di media digital menjadi langkah strategis yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan *engagement*, serta mempercepat proses konversi penjualan. Dengan personal branding yang kuat, tenaga penjualan dapat membangun identitas dan reputasi yang konsisten sehingga mampu menarik minat pelanggan baru dan menjaga loyalitas pelanggan lama.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat Magang**

### **1.2.1 Tujuan Umum Magang**

1. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan baru, serta pengalaman kerja nyata melalui kegiatan magang di dunia industri, khususnya pada bidang pemasaran dan penjualan layanan digital.
2. Melatih mahasiswa untuk menjalankan tugas-tugas kerja (*jobdesk*) yang relevan dengan bidang keahlian, khususnya dalam penerapan strategi

pemasaran digital dan komunikasi penjualan.

3. Melatih mahasiswa untuk berpikir kritis, analitis, dan mampu memberikan pendapat yang rasional terhadap kegiatan yang dilakukan melalui penyusunan laporan magang secara sistematis dan sesuai kaidah ilmiah.

#### 1.2.2 Tujuan Khusus Magang

1. Mengumpulkan data dan informasi terkait strategi pemasaran digital dan proses penjualan sebagai dasar dalam penerapan *personal branding* tenaga penjualan di media digital.
2. Menerapkan strategi *personal branding* melalui media digital (seperti Instagram, WhatsApp *Business*, TikTok, atau platform lainnya) dengan membuat konten yang informatif, persuasif, dan konsisten untuk meningkatkan kepercayaan calon pelanggan.
3. Meningkatkan produktivitas penjualan melalui optimalisasi *personal branding*, yang diukur melalui peningkatan jumlah prospek, interaksi pelanggan (*engagement*), serta peningkatan peluang closing penjualan.

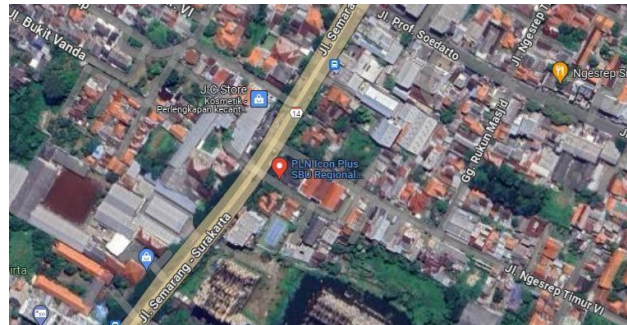
#### 1.2.3 Manfaat Magang

1. Mahasiswa terlatih melakukan pekerjaan lapangan dan memperoleh keterampilan praktis dalam bidang pemasaran digital, komunikasi penjualan, serta pengelolaan konten media sosial.
2. Mahasiswa memperoleh wawasan tentang strategi pemasaran dan proses penjualan layanan internet ICONNET Semarang, mulai dari pencarian prospek, pendekatan pelanggan, hingga proses *closing* dan *after-sales*.
3. Mahasiswa memperoleh pengalaman dan pemahaman tentang penerapan *personal branding* di media digital sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing tenaga penjualan serta meningkatkan produktivitas penjualan perusahaan.

### 1.3 Lokasi dan Waktu

Lokasi pelaksanaan kegiatan Magang yakni berada di kantor PT. PLN Icon

Plus SBU Regional Jawa Bagian Tengah yang terletak di Jl. Setia Budi No.96, Srandol Kulon, Kec. Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah 50263. Pelaksanaan magang dilakukan pada tanggal 07 Juli 2025 sampai dengan 07 Desember 2025. Berikut ini merupakan tabel kantor PT. PLN Icon Plus SBU Regional Jawa Bagian Tengah.



Gambar 1.1 Lokasi Magang  
Sumber: Google Maps, (2025)

Jadwal kerja di PT. PLN Icon Plus SBU Regional Jawa Bagian Tengah dimulai dari pukul 08.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB pada hari Senin-Kamis, pukul 07.30 WIB sampai dengan 17.00 WIB pada hari kecuali hari libur nasional.

Tabel 1. 1 Jadwal Kerja

Hari	Jam / Waktu
Senin	08.00 – 17.00 WIB
Selasa	08.00 – 17.00 WIB
Rabu	08.00 – 17.00 WIB
Kamis	08.00 – 17.00 WIB
Jumat	07.30 – 17.00 WIB

Sumber : Penulis, (2025)

## 1.4 Metode Pelaksanaan

### a. Praktik Lapangan

Metode ini dilakukan dengan cara mahasiswa melaksanakan seluruh kegiatan magang secara langsung di lingkungan kerja ICONNET Semarang dengan arahan dan bimbingan dari pembimbing lapang. Praktik lapangan difokuskan pada kegiatan pemasaran digital dan penjualan, seperti

pembuatan konten, komunikasi dengan calon pelanggan, pengelolaan akun media sosial, serta penerapan *personal branding* untuk mendukung produktivitas penjualan.

b. Wawancara

Wawancara atau tanya jawab baik secara langsung maupun tidak langsung kepada pembimbing lapang serta pihak terkait (seperti tim *marketing*, *sales*, atau admin) di ICONNET Semarang. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data dan informasi mengenai strategi pemasaran digital, proses penjualan ICONNET, serta pendekatan *personal branding* yang dibutuhkan agar dapat diterapkan secara efektif dalam media digital.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan melalui kegiatan pengumpulan, penyimpanan, dan pengelolaan data serta informasi secara tertulis maupun digital yang berkaitan dengan kegiatan magang di ICONNET Semarang. Dokumentasi yang dikumpulkan dapat berupa laporan aktivitas, hasil konten media sosial, desain promosi, data interaksi pelanggan (*engagement*), bukti komunikasi penjualan, hingga hasil pencapaian penjualan sebagai bahan pendukung penyusunan laporan magang.