

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Laporan Magang

Di era serba digital seperti saat ini, internet telah menjadi bagian dari kebutuhan hidup sehari-hari. Fungsi awalnya yang hanya sebatas menjadi media untuk bertukar informasi pun kini perlahan-lahan bergeser menjadi media baru yang mampu menjadi penggerak ekonomi. Seiring pesatnya perkembangan internet, terdapat nilai bisnis yang terkandung di dalamnya antara lain (Humdiana dan Indrayani, 2005).

1. Menghasilkan pendapatan baru dari penjualan *on-line*.
2. Mengurangi biaya transaksi melalui penjualan *on-line* dan dukungan pelanggan.
3. Menarik pelanggan baru melalui iklan dan pemasaran *web* serta penjualan *on-line*.
4. Meningkatkan loyalitas pelanggan saat ini melalui perbaikan dan dukungan.

Perkembangan inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk memasarkan produknya secara *on-line* demi untuk mempertahankan eksistensinya. Dengan demikian persaingan antarperusahaan di dunia maya tak dapat dihindarkan. Persaingan ini akan menimbulkan tingkat kompetisi yang semakin ketat, radikal, dan menuntut kekinian. Sehingga perusahaan harus memiliki kemampuan yang cepat untuk beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi sehingga perusahaan akan mampu bersaing dengan para kompetitornya (Amalia, 2007).

Salah satu pemanfaatan internet yang dapat meningkatkan daya saing sebuah perusahaan untuk memasarkan dan menjual produk adalah menggunakan *electronic commerce (e-commerce)*. Dengan demikian *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai pembelian, penjualan, dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio dan jaringan komputer atau internet (Wong, 2010).

Dengan penyediaan jasa berupa *e-commerce*, perusahaan mengharapkan adanya percepatan layanan. Setiap pesanan dari pelanggan akan mampu direspon dan ditindaklanjuti secara cepat oleh perusahaan. Sehingga pelanggan mendapatkan layanan tercepat dan memuaskan.

Melihat momentum ini, PT Cekindo Bisnis Grup mengembangkan strategi pemasaran Guergi melalui internet. *Channel* yang digunakan meliputi situs *e-commerce* hingga sosial media. *E-commerce* pertama yang menjual dan menyediakan *product knowledge* Guergi adalah <http://www.guergi.co.id>. Situs ini dikembangkan langsung oleh Cekindo untuk menjadi rujukan pelanggan dalam mengenal dan memperoleh informasi serta pengetahuan mengenai Guergi.

Selama menjalani magang penulis berkesempatan untuk bergabung dan terlibat dalam tim yang menangani *project* pemasaran Guergi. Tim kecil ini bertugas untuk memasarkan Guergi melalui situs *e-commerce* ternama di Indonesia dan mencari *beauty blogger* yang potensial untuk menjadi *endorser* Guergi untuk promosi tahun 2014. Sehingga penulis tertarik untuk membahas tentang promosi melalui internet dan membuat laporan yang berjudul "Promosi Guergi Melalui Internet di Indonesia".

1.2 Ruang Lingkup Laporan Magang

Penulis membatasi pelaksanaan kegiatan, penelitian dan proses pembuatan laporan magang (Praktek Kerja Lapangan) berdasarkan pada kegiatan yang dilakukan oleh *Team of Guergi Indonesia Project*. Ruang lingkup dari laporan ini fokus pada kegiatan penetrasi pasar Guergi di Indonesia pada tahun 2014 .

Berdasarkan *internship agreement* dengan *employee code*: ID1406, cakupan kegiatan magang adalah sebagai berikut:

Perusahaan/Instansi : PT Cekindo Bisnis Grup (*Operation Office*)

Lokasi : Plaza Kedoya Elok Blok DD 67-68, Jl. Panjang Raya
Kedoya Selatan, Jakarta Barat

Posisi : Consultant – Intern

Periode magang : 1 Juli 2014 hingga 30 September 2014

Hari magang : Senin – Jumat

Jam magang : 08.00 – 17.00 WIB

1.3 Tujuan dan Manfaat Magang

1.3.1 Tujuan Pelaksanaan Magang

- a. Mengetahui dan menjelaskan promosi melalui internet yang diterapkan dalam memasarkan Guergi di Indonesia.
- b. Memberikan alternatif solusi terhadap kendala yang ada dalam memasarkan Guergi melalui internet.

1.3.2 Manfaat Pelaksanaan Magang

1. Bagi PT Cekindo Bisnis Grup, laporan dari kegiatan magang dapat memberikan gambaran sejauh mana *project* pemasaran Guergi melalui internet telah berjalan sehingga dapat menjadi bahan masukan untuk pembuatan alternatif pilihan bagi pihak manajemen untuk pengembangan yang lebih baik lagi di masa mendatang.
2. Bagi Universitas Bakrie, laporan dari kegiatan magang ini diharapkan dapat menjadi salah satu alat ukur untuk mengevaluasi jalannya program *Corporate Internship* tahun akademik 2014/2015 dan perbaikan bagi program magang tahun-tahun selanjutnya.
3. Bagi penulis, laporan dari kegiatan magang dapat dijadikan sebagai alat untuk menyampaikan berbagai pengetahuan yang bersifat praktis yang diperoleh selama menjalankan magang.