

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, perusahaan *start-up* mulai berkembang sangat pesat dan saat ini kita bisa melihat bahwa sudah banyak perusahaan startup yang berhasil menemukan target pasar yang diinginkan. *Start-up* sendiri diartikan juga sebagai sebuah persahaan baru yang sedang dilakukan pengembangan dan mulai berkembang di akhir tahun 1990 sampai tahun 2000. Namun, hingga saat ini istilah apa itu startup cukup diidetikkan dengan segala hal yang berhubungan dengan teknologi, internet, web, atau hal lain yang masih ada dalam ranah tersebut (CloudHost.id, 2020). Di Indonesia saat ini sudah banyak penguasa muda yang membangun perusahaan *start-up* yang memfokuskan terhadap apa yang saat ini masyarakat butuhkan.

Sebagian besar perusahaan ini, biasanya baru saja didirikan berada dalam fase pengembangan untuk bisa menemukan pasar yang tepat. Seperti yang kita ketahui saat ini, perusahaan startup yang sedang berkembang saat ini antara lain Gojek, Bukalapak, atau Traveloka yang memicu semangat munculnya perusahaan start-up lainnya (Liputan 6, 2019). Munculnya perusahaan start-up ini dikarenakan *founder* dari perusahaan ini mayoritas merupakan anak muda yang bisa mengasah ide atau pandangan mereka dalam melihat dan menemukan suatu masalah yang terjadi di lingkungan dan aktivitas manusia sehari-hari. Anak muda yang biasa kita sebut dengan Generasi Milenial ini memiliki rasa petualang yang besar dan bertumbuh di dalam kecanggihan teknologi, generasi ini cenderung lebih menyukai bermain di

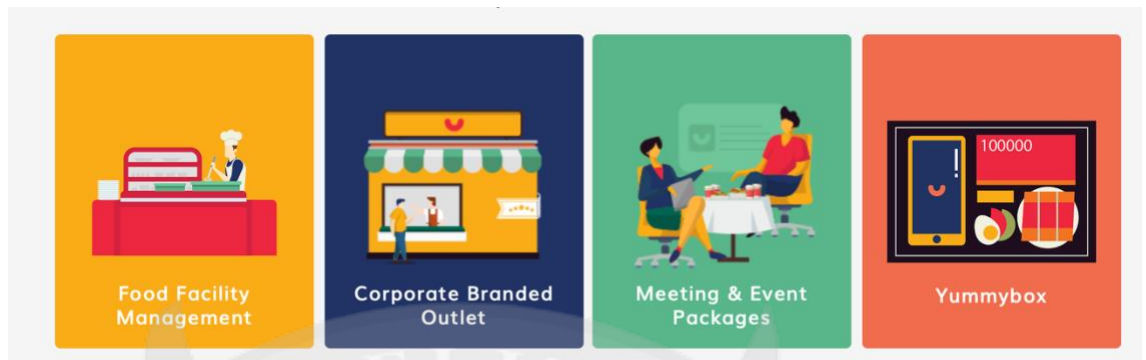
media sosial daripada bersosialisasi di lingkungannya (Noormega, 2020). Saat ini teknologi sudah berkembang menjadi web 4.0. Teknologi web 4.0 merupakan ide yang sedang dikembangkan atau belum didefinisikan secara menyeluruh. Dalam hal ini, bisa dilihat dan dibayangkan bagaimana manusia dan mesin bersimbiosis (Aghaei Sareh, 2012). Dapat dilihat bahwa mesin akan pandai dalam membaca konten sehingga dapat mengesekusi atas apa yang akan diputuskan dalam pembuatan situs web dengan cepat (Aghaei Sareh, 2012).

Generasi Milenial yang terhitung dengan kata “millennial” adalah laki-laki dan perempuan berusia 21-36 tahun di 2020. Millennial sendiri dibagi menjadi 2 tipe yaitu :

1. Millennial Junior : mereka yang kelahiran antara tahun 1991-1999
2. Millennial Senior : mereka yang kelahiran antara tahun 1984-1991

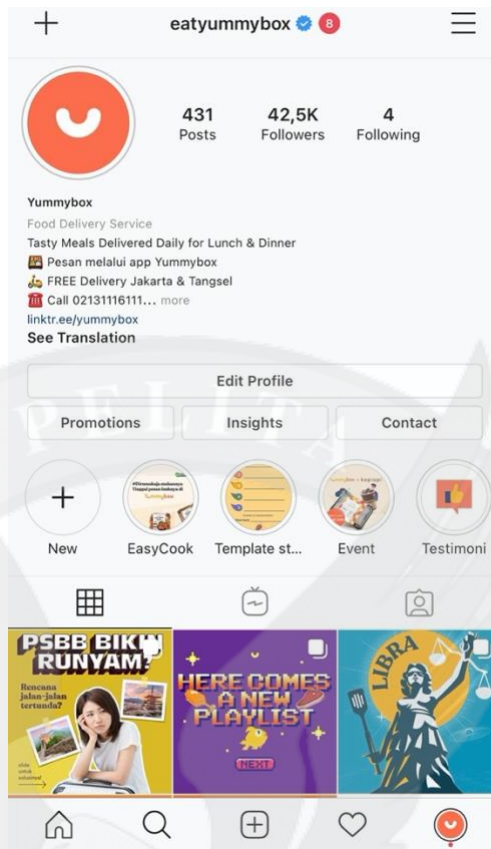
Dengan karakter yang dimiliki ini banyak dari mereka yang sukses membangun sebuah perusahaan *start-up* yang menjadi pesaing perusahaan lainnya. Banyak perusahaan *start-up* mulai berkembang dan bertumbuh seiring berjalannya waktu, masalah yang terjadi juga cepat selesai dengan adanya teknologi yang tidak kalah canggih dan berkembang juga. Perusahaan *start-up* ini memiliki misi untuk bisa memberikan solusi yang praktis dari setiap permasalahan. Perusahaan *start-up* masih mencari model bisnis yang tepat untuk menjalankan strategi mereka. Hingga saat ini perusahaan *start-up* masih memikirkan model bisnis yang diinginkan. Menurut artikel yang pemegang baca, *start-up* sendiri merupakan bisnis yang baru saja tumbuh dan

berkembang cepat yang bertujuan untuk bisa memenuhi kebutuhan masyarakat (Online Business, 2017). Perusahaan *start-up* biasanya di sponsori oleh orang lain atau perusahaan lain agar bisa terbentuk (Online Business, 2017). Perusahaan *start-up* ini harus bisa memberikan dampak kepada calon pelanggan yang akan mereka tarik untuk bisa menjadi pelanggan setia. Seperti halnya dengan perusahaan ini, yaitu PT Kuliner Digital Sejahtera yang memiliki merek dagang Yummy Corp yang bergerak di bidang Industri Jasa ini memiliki misi awalnya yaitu bisa memberikan solusi makanan yang sehat, segar, dan kreatif untuk kebutuhan perusahaan dan kelompok sehari-hari. PT Kuliner Digital Sejahtera ini juga memberikan layanan dalam mempermudah pelanggan agar bisa mendapati makanan yang diinginkan melalui Yummy Corp ini. Di dalam perusahaan ini, Yummy Corp tentu memiliki beberapa divisi terhadap setiap masing-masing pelayanan seperti manajemen fasilitas makanan dan katering MICE khas perusahaan, memberikan pelanggan yang bisa mendapatkan pengalaman yang patut diperhatikan sambil membantu pelanggan mengelola biaya. Perusahaan ini bekerja sama dengan ISMAYA GROUP yang cukup terkenal dengan *Lifestyle Food & Beverage* yang beroperasi di 70 outlets. Perusahaan Yummy Corp ini sangat yakin bahwa perusahaan yang didirikan ini sangat memahami seni dalam menciptakan makanan dan memberikan kualitas makanan yang tinggi dan terjangkau (Yummy Corp, 2017).



Gambar 1.0.1 : Divisi Yummy Corp
Sumber : Dokumen perusahaan

Media sosial menjadi salah satu cara memasarkan suatu barang atau jasa melalui periklanan dan publikasi. Media sosial sendiri artinya adalah suatu media daring yang memberikan kemudahan untuk para pelanggan supaya bisa melakukan sebuah interaksi antara dua orang atau lebih secara daring. Media daring yang biasa digunakan misalnya Facebook, Twitter, Youtube, dan Instagram (Anjarwati, 2020). Pada era digital ini, segala interaksi dan periklanan memang terlihat bagus ketika munculnya media sosial seperti yang saya sebutkan di atas. Media sosial saja tidak cukup untuk bisa membuat pelanggan menjadi tertarik akan merek dari suatu perusahaan yang menyediakan barang untuk para konsumen mereka, tapi juga terkadang konsumen tertarik saat melihat bagaimana penampilan menu yang tergambarkan, suatu kata-kata yang bisa menarik hati dan mata, dan juga kebersihan yang dijaga menjadi kunci dalam perusahaan (Suntanu, 2020).



Gambar 1.0.2 : Instagram resmi Yummybox

Gambar di atas Sumber : Dokumen perusahaan adalah contoh

home dalam media sosial Instagram *Yummybox* yang memberikan konten dan beberapa poster untuk diunggah supaya bisa menaikkan jumlah penjualan terlebih pada saat pandemi seperti saat ini. Karena adanya pandemi dan mengharuskan semua bekerja di rumah cukup membuat perusahaan mengalami penurunan dalam ketersediaan stok, untuk itu karyawan yang berada di balik dapur harus menjaga kebersihan dan pelayanan seperti menggunakan sarung tangan, rambut diikat, cuci tangan sesuai aturan kesehatan, dll.

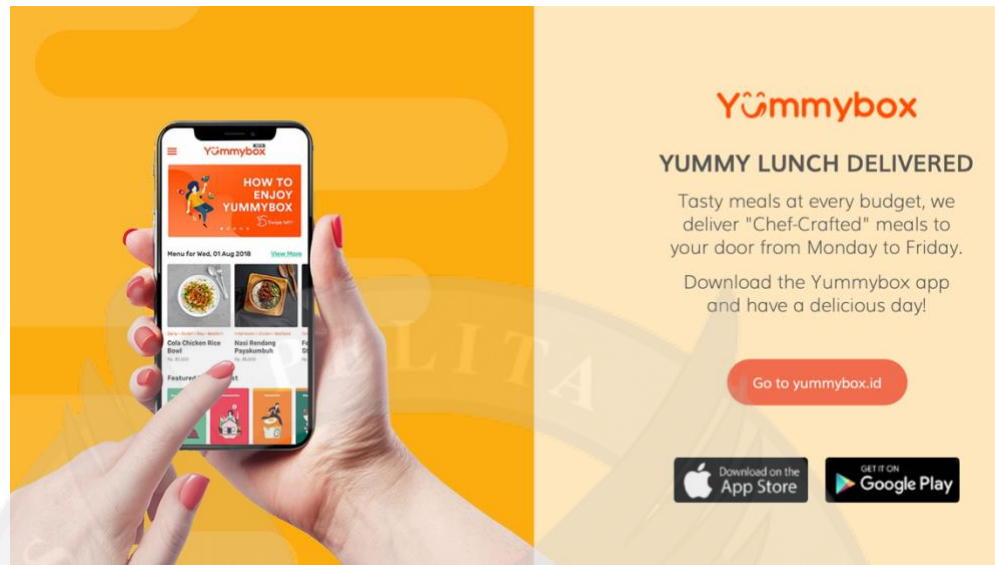
I.2 Tujuan Magang

Tujuan dari penulisan laporan magang ini diharapkan pemegang dapat mempelajari beberapa hal yang kemudian bisa diterapkan di kedepannya yaitu :

1. Mempelajari bagaimana bisnis *start-up* makanan yang berbasis teknologi digital
2. Mempelajari lebih dalam mengenai aktivitas *marketing communication* PT Kuliner Digital Sejahtera dalam memasarkan suatu produk
3. Menerapkan bagaimana cara periklanan dan publikasi suatu produk

I.3 Ruang Lingkup dan Batasan

Ruang Lingkup pemegang adalah bekerja di bawah Divisi Marketing *Yummybox* sebagai salah satu tim yang bisa mengendalikan dan mengontrol secara penuh atas media sosial. *Yummybox* sendiri merupakan katering makanan sehat yang biasanya dibeli melalui aplikasi “yummybox” di IOS dan Playstore. Sedangkan, batasan pemegang diberikan tanggung jawab yaitu dengan berusaha memberikan konten dan ide yang menarik untuk bisa menarik pelanggan dan bisa menaikkan jumlah penjualan katering makanan sehat ini. Ide-ide yang menarik bisa dari penggambaran menu makanan, menggunakan kata-kata yang gaul atau kata-kata yang sering dipakai pada umumnya di zaman sekarang untuk menarik pelanggan melalui media sosial Instagram. Bertanggung-jawab juga akan publikasi apapun di media sosial seperti foto, konten, brief, dan *caption*.



Gambar 1.0.3 : Yummybox Katering
Sumber : Dokumen perusahaan

Gambar 1.3 untuk memberikan sebuah informasi bahwa untuk melakukan transaksi makanan katering diharapkan untuk mengunggah aplikasinya dan melakukan registrasi terlebih dahulu untuk bisa melanjutkan ke tahap pembayaran. Di dalam aplikasi ini apabila pelanggan tersebut baru pertama kali mengunggah aplikasi tersebut maka untuk pertama ini diberikan *Yummycredits* sebesar 15 ribu rupiah. Ada beberapa kategori seperti makanan, minuman, makanan manis, dan penutup hidangan (Yummy Corp, 2020).

I.4 Lokasi dan Waktu Magang

Penulis melaksanakan kegiatan magang di Divisi *YummyBox* pada Perusahaan Yummy Corp selama kurang lebih empat bulan dimulai dari tanggal 1 Juli 2020 – 15 Oktober 2020. Waktu kerja dari kegiatan magang yang penulis lakukan sama seperti waktu kerja normal dari para pegawai Yummy

Corp yaitu dari pukul 09.00 – 18.00 WIB dengan tambahan waktu kerja apabila diadakan acara tambahan seperti *meeting*, *campaign*, atau seminar mengenai kuliner. Selama pandemik ini berlangsung dan semua karyawan diharuskan bekerja di rumah sampai akhir tahun. Adapun bila harus diwajibkan masuk kantor bila ada photoshoot atau *training*. Perusahaan ini memiliki alamat sebagai berikut:

Yummy Corp

Foresta Business Loft 2, Units 3-5,

Jl. BSD Raya Utama,

Tangerang, Banten 15339

Central Kitchen

Taman Tekno BSD

South Tangerang, Banten 15314

Indonesia



Gambar 1.0.4 : Logo perusahaan
Sumber : Dokumen perusahaan