

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan buku yang diambil dari Meert (2017) Platform media sosial Facebook menempati urutan pertama dengan jumlah pengguna paling banyak di dunia, jumlah pengguna Facebook tercatat sebanyak 2.5 Miliar pengguna aktif setiap bulannya berdasarkan data Januari tahun 2020. Youtube menjadi *platform* media sosial kedua dengan jumlah pengguna terbanyak kedua di dunia, yaitu sebanyak 2 Miliar pengguna aktif setiap bulannya. Ini menandakan bahwa jumlah pengguna internet semakin bertambah setiap tahunnya. Sehingga strategi pemasaran perlahan berubah dari strategi marketing konvensional menjadi strategi yang lebih modern yaitu dengan *digital marketing*.

Digital Marketing merupakan aktifitas pemasaran yang dilakukan menggunakan media sosial sebagai platform utamanya Kingsnorth (2019). Kegiatan *Digital Marketing* mengandalkan *platform* media sosial seperti Facebook dan Instagram yang bertujuan untuk menjual produk/jasa di dunia media. Memasang iklan melalui aktifitas *Digital Marketing* sangatlah penting dilakukan karena pengguna media sosial dan internet yang bertambah signifikan setiap tahunnya.

Media sosial seperti Facebook dan Google pada abadi awal ke-21 sudah menjadi alat komunikasi, *marketing* dan promosi yang sangat umum di seluruh belahan dunia Kotler (2017). Penggunaan media sosial diseluruh dunia merupakan aktifitas yang sangat umum dan penting karena dapat memudahkan seluruh pengguna dalam berinteraksi dan juga melakukan kegiatan bisnis.

Odden (2012) berpendapat bahwa dalam dunia *Digital Marketing* terdapat banyak *platform* yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh perusahaan yang ingin mengembangkan bisnisnya. Diantara banyak platform yang ada, ada 3 cara yang paling umum yang digunakan seorang *digital marketer* untuk melakukan kegiatan *digital marketing*. Cara tersebut yakni dengan menggunakan Google Adsense, Facebook Ads dan SEO. Berdasarkan data yang dikutip dari *okezone.com*, pengguna media sosial di seluruh dunia mencapai angka 3,8 Miliar pengguna aktif. Angka ini juga akan terus bertambah. Ini menandakan bahwa aktifitas *digital marketing* merupakan strategi *marketing* yang akan terus bertambah dikarenakan segala macam interaksi berlangsung di media sosial.

Para pelaku bisnis tidak dapat mengelak dan mengabaikan perkembangan teknologi. Para pelaku bisnis harus dapat memanfaatkan internet dan sosial media untuk dapat mengembangkan dan mempertahankan kegiatan bisnisnya. Oleh sebab itu, para pelaku usaha harus dapat mengambil strategi *marketing* yang tepat, mengimplementasikan strategi *marketing* yang benar di berbagai media sosial.

Oleh sebab itu, *Digital Marketing* merupakan strategi pemasaran modern yang melibatkan penggunaan media sosial sebagai *medium* pemasaran. Kegiatan *Digital*

marketing dapat dikatakan sebagai suatu kewajiban bagi para pengusaha yang ingin mengembangkan bisnisnya. Hal ini perlu dilakukan karena mengingat masyarakat modern yang telah meninggalkan media konvensional dan beralih ke media *modern*. Sehingga pemasaran secara online lebih efektif ketimbang pemasaran konvensional lainnya Smith (2017).

PT.Cekindo merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa konsultasi untuk perusahaan-perusahaan luar negeri yang ingin mendirikan perusahaannya di Indonesia. PT Cekindo sendiri telah berdiri di Indonesia dan beroperasi pada tahun 2010. Visi dan Misi dari perusahaan PT.Cekindo adalah memperbanyak penanaman modal asing di Indonesia dengan memberikan pelayanan dan jasa yang terbaik. Beberapa jasa yang disediakan oleh PT Cekindo antara lain adalah *Company Registration, Visa Service, Legal Consultant, Tax & Accounting Service* dan lain-lain.

PT Cekindo Internasional membutuhkan digital marketing sebagai sarana untuk tetap berkembang dan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. *Digital marketing* tidak hanya dapat meningkatkan penjualan, namun juga dibutuhkan untuk membangun *Brand Awareness* suatu perusahaan.

Kegiatan *Digital Marketing* layak untuk diteliti lebih lanjut karena PT.Cekindo telah terbukti selama lebih dari 10 tahun PT.Cekindo berhasil membangun *Brand Awareness* melewati kegiatan *Digital Marketing*

PT.Cekindo merupakan tempat yang tepat untuk melakukan kegiatan aktivitas Digital Marketing, hal ini dikarenakan perusahaan-perusahaan yang membutuhkan

jasa PT.Cekindo adalah perusahaan Internasional. Oleh sebab itu, cara yang terbaik untuk dapat memasarkan produk kepada perusahaan internasional adalah dengan cara *Digital Marketing*. *Digital Marketing* memungkinkan suatu perusahaan untuk dapat berinteraksi/berjualan dengan konsumen dari jarak jauh.

Laporan magang ini berfokus dalam meneliti strategi digital marketing yang dilakukan oleh PT.Cekindo International. Meneliti bagaimana strategi digital marketing Cekindo yang dilaksanakan dapat menarik minat perusahaan internasional dan meningkatkan Penjualan/*sales* PT Cekindo dimata perusahaan internasional.

1.2 Tujuan Magang

Penulis melakukan kegiatan magang di PT Cekindo dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui dan memahami implementasi *digital marketing* PT.Cekindo yang dilakukan untuk meningkatkan *Brand Awareness* PT Cekindo.
2. Untuk mengetahui Penerapan aktivitas *digital marketing* serta mengetahui dampak aktifitas *digital marketing* terhadap penjualan PT.Cekindo

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan

Selama penulis melakukan aktivitas magang di PT Cekindo, penulis ditempatkan di divisi konsultan dan *marketing* PT.Cekindo sebagai Asisten konsultan *Manager* di Cekindo.

Batasan penulis dalam kegiatan magang antara lain :

1. Membantu pelaksanaan kegiatan *Digital Marketing* di PT Cekindo International
2. Membantu menganalisa pasar dan strategi dari PT.Cekindo
3. Membantu melaksanakan promosi iklan lewat media sosial

1.4 Lokasi dan Waktu Magang

Penulis melaksanakan magang dimulai dari tanggal 24 Agustus – 24 Januari 2020 atau setara dengan 640 jam kerja. Dengan waktu operasional kerja : Hari Senin – Jumat Pukul 08.00 – 17.00 dengan tempat pelaksanaan magang di PT Cekindo International yang berlokasi di :

PT Cekindo Business International

Business Park Kb. Jeruk, H1-H2

Jl. Raya Meruya Ilir No.88

Jakarta Barat 11620, Indonesia

Phone +62 21 30061585