

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pada dinamika industri pangan dan distribusi produk segar yang semakin kompetitif perusahaan-perusahaan lokal maupun nasional kini dihadapkan pada tantangan besar dalam mempertahankan eksistensi dan memperluas pangsa pasar. Persaingan tidak lagi hanya bergantung pada harga dan kualitas produk semata, tetapi telah meluas ke aspek kecepatan layanan, efisiensi distribusi, keberlanjutan pasokan, serta kemampuan perusahaan dalam menjalin dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan konsumen (Ozbekler & Ozturkoglu, 2020). Selain itu, ekspektasi konsumen terhadap transparansi asal produk, standar keamanan pangan, serta layanan yang personal dan responsif turut memeperketat dinamika pasar yang ada.

Perubahan signifikan dalam perilaku konsumen menjadi faktor kunci yang tidak bisa diabaikan dalam industri pangan. Masyarakat kini semakin akrab dengan teknologi digital dan cenderung memilih layanan yang praktis, cepat, serta dapat diakses secara daring. Kenaikan tren belanja *online* untuk kebutuhan harian, termasuk produk segar dan daging, telah memicu pergeseran dalam cara perusahaan beroperasi dan melayani pelanggan (Droulers & Lacoste-Badie, 2025). Bersamaan dengan itu, munculnya pemain-pemain baru yang agresif dan inovatif, khususnya dari sektor *startup* berbasis digital, mendorong perusahaan untuk tidak lagi hanya mengandalkan model bisnis tradisional, tetapi harus mampu berinovasi dan bertransformasi mengikuti arah perubahan zaman.

Dalam menghadapi kondisi tersebut, salah satu strategi utama yang banyak diadopsi oleh pelaku usaha adalah diversifikasi. Diversifikasi menjadi Langkah adaptif yang memberikan peluang bagi perusahaan untuk memperluas cakupan bisnisnya, memperkenalkan produk atau layanan baru, memasuki segmen pasar yang berbeda,

serta menciptakan sumber pendapatan alternatif yang dapat menopang keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.(Suder et al., 2024) Strategi ini tidak hanya penting untuk menghindari risiko pasar yang stagnan, tetapi juga untuk memperkuat posisi kompetitif perusahaan di tengah tantangan dan ketidakpastian ekonomi global maupun domestik.

Hal inilah yang juga menjadi arah startegis dari PT Fadagi Segar Sejahtera, perusahaan yang berdiri sejak tahun 2017 terus menunjukkan perkembangan signifikan melalui berbagai lini usaha yang dijalankannya. Dimulai sebagai supplier daging untuk kebutuhan restoran, Fadagi secara bertahap melebarkan sayapnya ke berbagai sektor, termasuk penjualan sapi kurban pada tahun 2018, pasar ritel dan digital pada tahun 2019, hingga menjadi bagian dari jaringan e- grocery bersama mitra seperti Segari dan SayurBox di tahun 2021, tidak berhenti sampai di situ, pada tahun 2023, perusahaan meluncurkan Fadagi Meat House, toko ritel pertama yang memperkuat merek di mata konsumen. Pada tahun 2025, Fadagi mengambil langkah besar dengan membangun peternakan sapi sendiri yaitu Fadagi Farm, sebuah bentuk diversifikasi vertikal yang untuk saat ini berfokus untuk melakukan penggemukan sapi kurban tetapi nantinya sebagai tempat memproduksi pasokan utama untuk bisnis yang dimiliki, yang memungkinkan perusahaan mengendalikan kualitas dan pasokan produk secara lebih mandiri. Berbagai langkah ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya secara holistic dan berkelanjutan melalui pendekatan diversifikasi yang terukur.

Namun, di balik peluang besar yang ditawarkan oleh strategi diversifikasi, terdapat berbagai tantangan signifikan yang harus dihadapi perusahaan. Salah satu tantangan utama adalah kebutuhan akan investasi modal yang besar, baik dalam bentuk infrastruktur, sumber daya manusia, maupun teknologi. Selain itu, diversifikasi juga mengharuskan adanya penyusunan ulang strategi operasional, agar setiap unit bisnis baru tetap sinkron dengan visi dan misi perusahaan secara keseluruhan. Penyesuaian sistem kerja antar divisi menjadi

penting, terutama dalam memastikan bahwa proses internal berjalan secara efisien tanpa mengganggu stabilitas lini usaha yang sudah ada (Aliyeva, 2024). Dalam konteks ini, tim marketing memegang peranan krusial, karena mereka harus mampu menyusun narasi yang selaras dengan identitas baru perusahaan, membangun kepercayaan di pasar yang baru, serta menkomunikasikan nilai tambah produk Fadagi kepada berbagai segmen konsumen.

Proses adaptasi dengan pasar baru menjadi elemen penting dalam menyukseskan transformasi bisnis tersebut. Jika sebelumnya pasar utama Fadagi adalah restoran dan pembeli kurban musiman, kini perusahaan juga melayani segmen pasar yang jauh lebih beragam, seperti pelanggan rumah tangga, pengguna e-commerce, hingga konsumen ritel modern. Setiap segmen memiliki karakteristik dan preferensi tersendiri, yang menuntut pendekatan pemasaran yang lebih fleksibel, inovatif dan berbasis data. Ekspektasi terhadap transparansi asal produk, kualitas layanan, serta kecepatan pengiriman menjadi semakin tinggi, terutama dari konsumen digital (Pozelli Sabio & Spers, 2022). Oleh karena itu, strategi pemasaran harus mampu beradaptasi dengan kebutuhan konsumen yang dinamis, serta mendukung transformasi perusahaan menuju arah yang lebih modern, berkelanjutan, dan customer oriented.

Pada proses adaptasi tersebut, peran internet menjadi sangat krusial sebagai media utama, dalam menjangkau konsumen dan memperluas akses pasar (Munro, 2017). Internet tidak hanya mengubah cara konsumen mencari dan membeli produk, tetapi juga membuka ruang interaksi yang lebih luas dan instan antara perusahaan dengan pelanggannya. Melalui internet, informasi tentang produk, testimoni pelanggan, hingga layanan purna jual dapat diakses dengan mudah dan cepat, sehingga membentuk ekspektasi baru dalam pengalaman berbelanja. Selain itu, internet juga memungkinkan perusahaan untuk melakukan riset pasar baru, memantau tren konsumen, serta mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi secara real time. Bagi perusahaan seperti PT Fadagi Segar Sejahtera, kehadiran internet menjadi landasan penting dalam membangun

ekosistem bisnis yang lebih terhubung, efisien, dan responsif terhadap dinamika pasar yang terus berkembang.

Dalam menjawab berbagai tantangan yang muncul akibat ekspansi bisnis dan perubahan perilaku konsumen, digital marketing menjadi salah satu solusi strategi yang diadopsi oleh PT Fadagi Segar Sejahtera. Melalui pemanfaatan media sosial sebagai saluran promosi interaktif, optimalisasi mesin pencari (SEO) untuk meningkatkan visibilitas online serta integritas dengan platform e-commerce seperti Tokopedia, GrabMart dan Segarai, perusahaan mampu menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Kampanye digital yang dirancang secara kreatif dan berbasis data memungkinkan perusahaan berinteraksi secara dua arah dengan konsumen, membangun loyalitas, serta menyesuaikan pesan pemasaran sesuai dengan kebutuhan masing-masing segmen pasar. Hal ini menjadi langkah penting dalam membentuk citra merek yang kuat di era digital, sekaligus mendukung keberhasilan strategi diversifikasi yang dijalankan.

Seiring dengan meningkatnya kompleksitas tugas dan kebutuhan akan pendekatan pemasaran yang adaptif PT Fadagi Segar Sejahtera membutuhkan dukungan sumber daya manusia yang kreatif dan responsif salah satunya melalui keterlibatan mahasiswa magang. Kehadiran mahasiswa magang tidak hanya menjadi sarana pembelajaran praktis bagi akademisi, tetapi juga menjadi aset strategis bagi perusahaan dalam menjawab kebutuhan operasional, khususnya dalam pengelolaan konten digital, interaksi konsumen, serta pelaksanaan strategi pemasaran langsung di lapangan.

Melalui laporan kerja profesi ini, akan dikaji secara mendalam bagaimana aktivitas kerja profesi sebagai tim marketing di PT Fadagi Segar Sejahtera berperan sebagai elemen kunci dalam mendukung arah diversifikasi bisnis dan transformasi digital perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai cara tim marketing beradaptasi, menyusun strategi, dan berinovasi dalam menghadapi kompleksitas pasar yang terus berkembang, laporan ini di harapkan dapat menjadi kontribusi nyata dalam memahami peran

fungsional pemasaran dalam konteks bisnis modern yang berbasis digital.

Kegiatan kerja profesi yang dilakukan oleh mahasiswa memiliki maksud dan tujuan yang merupakan hasil dari masa pembelajaran yang telah didapatkan selama beberapa semester kebelakang. Berikut ini adalah maksud dan tujuan dari pelaksanaan kerja profesi tersebut. Bentuk pemahaman, informasi, kegiatan secara rinci yang praktikan lakukan dalam kegiatan kerja profesi ini telah diuraikan ke dalam bentuk Laporan Kerja Profesi (LKP) dengan judul, "AKTIVITAS KERJA PROFESI SEBAGAI TIM MARKETING PADA PT FADAGI SEGAR SEJAHTERA"

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

Pelaksanaan Kerja Profesi (KP) yang telah praktikan lakukan memiliki maksud dan tujuan pada pelaksanaannya. Adapun beberapa maksud dan tujuan, sebagai berikut:

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Pelaksanaan kerja profesi yang dilaksanakan oleh praktikan memiliki maksud, sebagai berikut:

1. Praktikan melaksanakan kerja profesi sebagai salah satu bentuk pemenuhan kewajiban sebagai seorang mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dalam menuntaskan Mata Kuliah Kerja Profesi.
2. Praktikan melakukan implementasi yang berasal dari pemahaman secara teoritis ke dalam bentuk praktek langsung dengan menerapkan ilmu-ilmu manajemen.
3. Praktikan mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja dengan lebih percaya diri dan kompeten.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Pelaksanaan kerja profesi yang dilaksanakan oleh praktikan memiliki tujuan, sebagai berikut:

1. Memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam memahami situasi dunia kerja di bidang

pemasaran dan sumber daya manusia termasuk strategi promosi, komunikasi brand, pemanfaatan media digital dan pemahan terkait manajemen oprasional yang sesuai dengan konsentrasi peminatan program studi Manajemen.

2. Meningkatkan kemampuan praktikan dalam menerapkan teori pemasaran dan secara langsung, sekaligus memperluas pemahaman tentang proses kerja tim, pembagian tugas, serta dinamika sumber daya manusia di lingkungan perusahaan.

3. Melatih mahasiswa untuk menyelesaikan tanggung jawab profesional secara mandiri dan kolaboratif, sehingga meningkatkan kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, dan adaptasi terhadap lingkungan kerja nyata.

1.3 Manfaat Kerja Profesi

Pelaksanaan Kerja Profesi (KP) memberikan berbagai manfaat yang signifikan, tidak hanya bagi mahasiswa, tetapi juga bagi perusahaan dan universitas yang mengelola program ini. Beberapa manfaat dari kerja profesi, antara lain:

1.3.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

Manfaat pelaksanaan kerja profesi bagi mahasiswa yaitu praktikan, sebagai berikut:

a. Mahasiswa memperoleh pengalaman yang luas dan mendalam selama pelaksanaan kerja profesi melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan operasional perusahaan.

b. Mahasiswa dapat menerapkan ilmu dan wawasan yang telah diperoleh selama perkuliahan secara langsung dalam lingkungan kerja nyata, menyesuaikan dengan sistem, budaya, dan kebutuhan perusahaan.

c. Mahasiswa mendapatkan pemahaman teoritis dan praktis, mahasiswa juga mengalami pengembangan diri secara menyeluruh, termasuk peningkatan keterampilan komunikasi bisnis, kepemimpinan, kerja sama tim, manajemen waktu, berpikir kritis, serta kemampuan memecahkan masalah di bidang kerja yang dijalankan. Pengalaman ini menjadi bekal penting untuk mempersiapkan diri secara optimal menghadapi tuntutan dan dinamika dunia kerja setelah lulus kuliah.

d. Pengalaman selama kerja profesi dapat dijadikan sebagai portofolio kerja yang bernilai, sehingga dapat memperkuat posisi mahasiswa saat melamar pekerjaan dan menunjukkan kompetensi yang dimiliki kepada dunia industri.

1.3.2 Manfaat Bagi Universitas Pembangunan Jaya

Manfaat pelaksanaan kerja profesi bagi universitas yaitu Universitas Pembangunan Jaya, sebagai berikut:

Universitas Pembangunan Jaya dapat meningkatkan kualitas dan kesiapan kerja bagi para mahasiswa melalui Kerja Profesi yang di adakan. Universitas dapat melihat perkembangan dari mahasiswa yang melakukan kegiatan tersebut dengan melihat hasil berupa output pemahaman mahasiswa yang telah dibekali dengan ilmu teoritis selama di perkuliahan ke ilmu praktik.

a. Universitas Pembangunan Jaya dapat memperluas jaringan antar perusahaan-perusahaan yang terkait dengan setiap pelaksanaan Kerja Profesi praktikan atau mahasiswa bekerja.

b. Universitas Pembangunan Jaya dapat mengembangkan sistem pengajaran melalui peningkatan kualitas pendidik, pemutakhiran media pembelajaran, serta penyesuaian metode penilaian

mahasiswa yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini. Pengalaman mahasiswa selama menjalani Kerja Profesi dapat dijadikan studi kasus aktual yang menggabungkan aspek teoritis dan praktis, sehingga mampu memperkuat keterkaitan antara dunia akademik dan dunia kerja.

1.3.3 Manfaat Bagi PT. Fadagi Segar Sejahtera

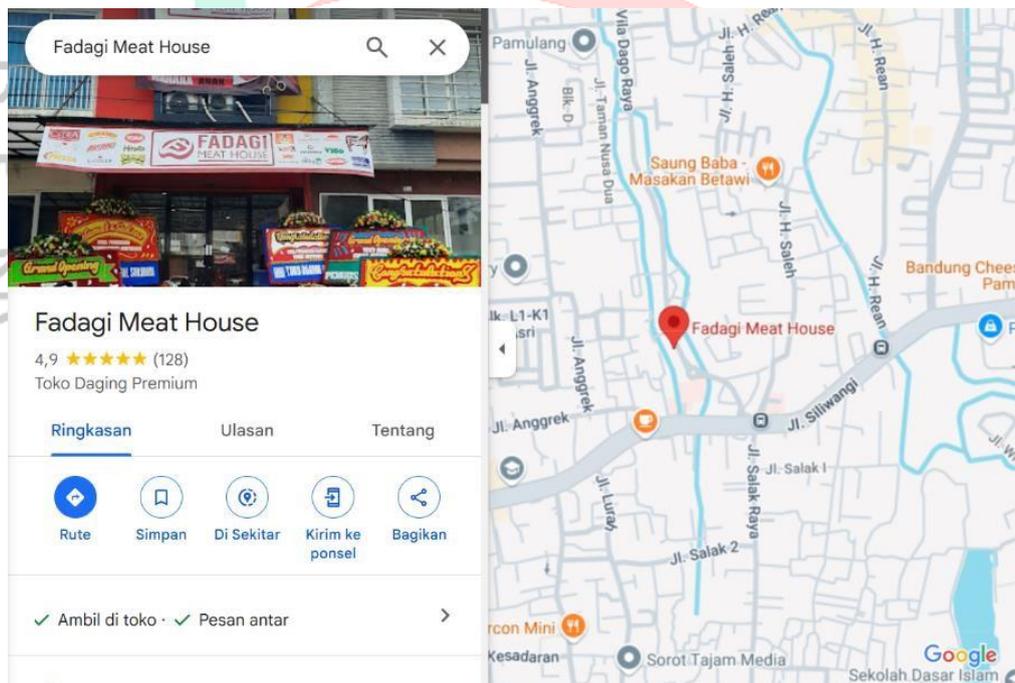
Manfaat pelaksanaan kerja profesi bagi perusahaan yaitu, PT. Fadagi Segar Sejahtera, sebagai berikut:

- a. PT Fadagi Segar Sejahtera memperoleh tambahan tenaga kerja baru yang bersifat fleksibel namun tetap kompeten, untuk mendukung kelancaran dan efektivitas pelaksanaan berbagai kegiatan operasional perusahaan.
- b. Perusahaan yaitu, PT. Fadagi Segar Sejahtera mendapatkan jaringan atau membangun hubungan dengan pihak-pihak universitas yang menjalankan kegiatan magang atau Kerja Profesi.
- c. Perusahaan yaitu, PT. Fadagi Segar Sejahtera mendapatkan perspektif baru dari generasi Z yang dikenal sebagai digital native sehingga mampu memberikan kontribusi yang relevan terhadap kebutuhan perusahaan dalam bidang digital marketing, khususnya dalam pemanfaatan media sosial dan platform digital secara kreatif dan adaptif.

1.4 Tempat Kerja Profesi

Praktikan melaksanakan kerja profesi pada perusahaan PT. Fadagi Segar Sejahtera yang berlokasi di daerah Pamulang Tangerang Selatan dan untuk lokasi Fadagi farm tempat praktikan melakukan kerja profesi berlokasi di daerah Gunung Sindur Bogor. Selama pelaksanaan durasi kerja profesi yang dilakukan, praktikan bekerja untuk membantu secara langsung di bagian marketing. Adapun rincian tempat kerja profesi, sebagai berikut:

- Nama Perusahaan : PT. Fadagi Segar Sejahtera
- Alamat : Jalan Vila Dago Raya No.7, Blok A no, Banten, 15418
- No. Telepon : 0856-9319-3140
- Posisi/Jabatan : Divisi Marketing

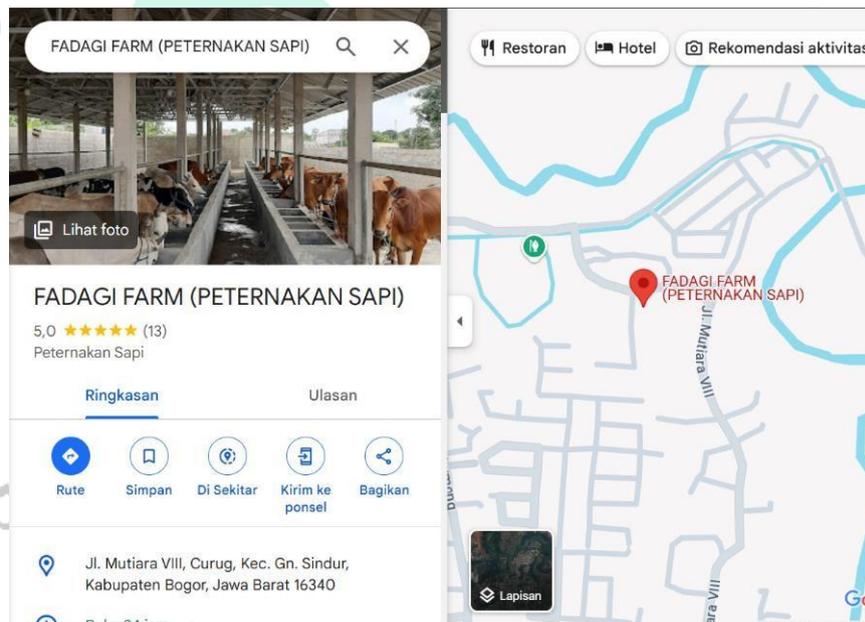


Sumber: Google Maps

1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Praktikan melakukan Kerja Profesi (KP) selama 5 bulan atau kurang lebih 680 jam yang dimulai dengan mempersiapkan Formulir Pengajuan Kerja Pofesi, dan Surat Pernyataan Magang. Selanjutnya, praktikan menjalankan Kegiatan Kerja Profesi dengan mengikuti jadwal yang sudah ditentukan, sebagai berikut:

- a. Hari Kerja : Senin - Jumat (Hybrid)
- b. Jam Kerja : Pukul 09.00 – 17.00 WIB
- c. Periode Kerja : 03 Februari 2024 s/d 05 Juni 2025
- d. Tempat : Fadagi Farm, Jalan. Mutiara VIII, Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16340



Sumber: Dokumen Perusahaan