

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya dalam dekade terakhir, telah membawa dampak besar terhadap dunia bisnis dan industri. Salah satu bidang yang mengalami transformasi signifikan adalah manajemen pemasaran. Pemasaran digital, yang mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk tujuan pemasaran, sangat dipengaruhi oleh perkembangan internet (Mahwati, 2024). Strategi pemasaran konvensional kini mulai ditinggalkan dan digantikan oleh pendekatan pemasaran digital yang lebih fleksibel, personal, dan berbasis data. Dalam konteks ini, perusahaan tidak hanya dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang kini banyak menghabiskan waktunya di dunia *digital*, tetapi juga harus mampu memanfaatkan teknologi untuk membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan.

Dalam era pemasaran digital yang sangat kompetitif ini, membangun brand awareness menjadi salah satu faktor krusial bagi keberhasilan sebuah perusahaan. *Brand awareness* atau kesadaran merek adalah tingkat pengenalan dan pemahaman konsumen terhadap suatu merek. Dengan banyaknya pilihan dan informasi yang tersedia secara online, konsumen cenderung memilih produk atau layanan dari merek yang sudah dikenal dan dipercaya. *Brand awareness* (Wati, 2025) merujuk pada tingkat pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu merek. Perusahaan perlu memanfaatkan berbagai platform *digital* seperti media sosial, mesin pencari, dan konten interaktif untuk meningkatkan visibilitas merek mereka. Penggunaan data dan analitik memungkinkan perusahaan untuk menargetkan audiens dengan lebih tepat sehingga pesan pemasaran dapat disampaikan secara *personal* dan relevan. Dengan membangun brand awareness yang kuat, perusahaan tidak hanya dapat menarik perhatian konsumen baru, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan yang sudah ada, menciptakan hubungan jangka panjang yang menjadi fondasi penting dalam pemasaran digital modern. Hal ini sejalan dengan

kebutuhan perusahaan untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi guna menghadapi perubahan perilaku konsumen di dunia *digital*.

PT Digi Herba Nusantara adalah salah satu perusahaan rintisan (*startup*) yang bergerak di bidang distribusi dan penjualan produk herbal serta organik. Perusahaan ini memasarkan produk-produk kesehatan berbahan dasar alami seperti madu, susu kambing, minyak herbal, dan ekstrak tanaman melalui platform digital. Seluruh produknya telah terdaftar resmi di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), yang menunjukkan komitmen perusahaan terhadap legalitas dan keamanan produk.

Dalam upaya mengembangkan pasar dan meningkatkan penjualan, PT Digi Herba Nusantara memanfaatkan media sosial sebagai kanal utama pemasaran. Namun, di tengah kompetisi yang semakin ketat di industri produk herbal dan organik, tantangan utama yang dihadapi perusahaan adalah bagaimana meningkatkan *brand awareness* dan membangun kepercayaan konsumen terhadap produk mereka.

Pelaksanaan kerja profesi di PT Digi Herba Nusantara memberikan kesempatan yang sangat berharga bagi penulis untuk terlibat langsung dalam berbagai proses strategis di divisi pemasaran, mulai dari perencanaan konten digital, produksi materi promosi, pengelolaan media sosial, hingga analisis performa kampanye pemasaran. Melalui keterlibatan aktif dalam aktivitas kerja ini, penulis tidak hanya dapat menerapkan teori-teori manajemen pemasaran yang telah dipelajari di bangku perkuliahan, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis dalam lingkungan kerja yang nyata dan dinamis.

Lebih jauh lagi, kerja profesi ini menjadi sarana penting dalam memahami ekosistem *startup*, di mana kecepatan, kreativitas, dan kolaborasi menjadi kunci utama keberhasilan. Pengalaman langsung ini juga menjadi refleksi terhadap kesiapan mahasiswa untuk masuk ke dunia profesional dan berkontribusi secara nyata dalam pengembangan bisnis di era *digital*.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

Kerja profesi yang memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam dunia kerja, khususnya di bidang manajemen pemasaran. Melalui keterlibatan langsung di perusahaan, mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang

telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik nyata serta mengembangkan kompetensi profesional sesuai dengan kebutuhan industri.

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Pelaksanaan kerja profesi yang dilakukan oleh praktikan memiliki maksud sebagai berikut:

- a. Sebagai sarana penerapan ilmu dan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan di Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Jaya, khususnya dalam praktik pemasaran digital seperti perencanaan konten, strategi komunikasi merek, dan analisis target audiens yang diterapkan secara langsung dalam tugas sebagai *Social Media Optimization (SMO)* di Ginela.
- b. Memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam dunia kerja yang relevan dengan bidang pemasaran digital dan industri teknologi, khususnya melalui keterlibatan dalam pembuatan konten media sosial, penyusunan *caption*, manajemen penjadwalan unggahan, serta pelaksanaan iklan berbayar ads pada *platform* Instagram.
- c. Mengetahui dan memahami budaya kerja serta sistem kerja profesional di perusahaan digital seperti Digi Herba Nusantara, termasuk pola kerja yang berbasis target, komunikasi lintas tim, penggunaan alat digital seperti Meta Business Suite, serta fleksibilitas kerja yang adaptif terhadap tren media sosial dan kebutuhan pasar.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Pelaksanaan kerja profesi yang dilakukan oleh praktikan memiliki maksud sebagai berikut:

- a. Mengetahui dan memahami secara langsung penerapan strategi pemasaran digital dalam perusahaan berbasis *startup*.
- b. Mempelajari proses pengelolaan kampanye digital mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kinerja.
- c. Meningkatkan keterampilan dalam pembuatan konten promosi, *copywriting*, pengelolaan media sosial, dan analisis performa digital.
- d. Mengembangkan kemampuan komunikasi profesional dan kerja tim di lingkungan kerja nyata.

- e. Membangun wawasan mengenai bagaimana perusahaan berinovasi dalam merespons tren pasar dan kebutuhan konsumen.

1.3 Manfaat Kerja Profesi

Pelaksanaan kerja profesi memberikan manfaat yang sangat berarti bagi mahasiswa karena memungkinkan mereka untuk mengaplikasikan pengetahuan akademik ke dalam praktik nyata di dunia kerja. Mahasiswa dapat merasakan langsung bagaimana proses bisnis dijalankan, khususnya dalam konteks manajemen pemasaran digital di perusahaan startup seperti PT Digi Herba Nusantara. Melalui keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan pemasaran, mulai dari perencanaan strategi hingga evaluasi kampanye, mahasiswa memperoleh pengalaman yang memperkaya keterampilan teknis seperti pembuatan konten promosi, analisis performa digital, dan penggunaan berbagai tools pemasaran. Selain itu, kerja profesi juga melatih *soft skills* seperti kemampuan komunikasi profesional, kerja sama tim, dan adaptasi terhadap budaya kerja yang dinamis dan inovatif.

1.3.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

Manfaat dari pelaksanaan kerja profesi bagi praktikan atau mahasiswa sebagai berikut:

- a. Menambah pengalaman kerja langsung di bidang manajemen pemasaran digital khususnya dalam customer's journey salah satunya meningkatkan *brand awareness* pada suatu brand.
- b. Meningkatkan keterampilan teknis dan soft skill seperti komunikasi, *public speaking*, kolaborasi, dan manajemen waktu, seperti menjadi *moderator* saat *live* dan, berkolaborasi dengan influencer dan juga menjadwalkan waktunya konten terbit.
- c. Memberikan pemahaman praktis terkait dinamika kerja dan tanggung jawab profesional di suatu perusahaan, bertanggung jawab dengan kenaikan *engagement* brand Ginela.

1.3.2 Manfaat Bagi Universitas Pembangunan Jaya

Manfaat dari pelaksanaan kerja profesi bagi Universitas yaitu. Universitas Pembangunan Jaya sebagai berikut:

- a. Menunjukkan peran aktif universitas dalam mempersiapkan mahasiswa untuk dunia kerja.
- b. Membangun kerja sama dengan dunia industri yang mendukung pengembangan kurikulum berbasis praktik.
- c. Menjadi indikator keberhasilan program studi dalam menghasilkan lulusan siap kerja.

1.3.3 Manfaat Digi Herba Nusantara

Manfaat dari pelaksanaan kerja profesi bagi perusahaan yaitu, Digi Herba Nusantara sebagai berikut:

- a. Mendapatkan dukungan tenaga tambahan dalam pengelolaan kampanye pemasaran digital. Melalui program kerja profesi, tim SMO Ginela memperoleh bantuan dari mahasiswa yang ikut terlibat langsung dalam proses operasional pemasaran *digital*. Praktikan membantu menyusun konten, melakukan riset tren, menjadwalkan unggahan, serta memonitor performa kampanye di media sosial. Hal ini secara signifikan meringankan beban kerja tim *internal*, meningkatkan produktivitas, dan mempercepat eksekusi konten sesuai kalender kampanye bulanan.
- b. Mendapatkan perspektif dan ide-ide baru dari mahasiswa sebagai generasi *digital native*. Sebagai bagian dari generasi muda yang aktif menggunakan media sosial, mahasiswa membawa sudut pandang segar dan relevan terhadap preferensi audiens saat ini. Praktikan mampu memberikan masukan kreatif mengenai jenis konten yang menarik, gaya komunikasi yang sesuai, hingga pemanfaatan fitur media sosial yang sedang tren (seperti Reels, TikTok, atau carousel edukatif). Inovasi ini membantu Ginela tetap relevan dan kompetitif dalam pasar kesehatan perempuan yang terus berkembang.
- c. Membangun citra positif sebagai perusahaan yang mendukung pengembangan sumber daya manusia melalui kerja sama pendidikan. Dengan memberikan ruang belajar dan praktik langsung bagi mahasiswa, PT Digi Herba Nusantara melalui brand Ginela menunjukkan komitmennya terhadap pengembangan di bidang kreatif dan digital marketing. Kolaborasi ini menciptakan citra positif sebagai perusahaan yang peduli terhadap dunia pendidikan dan pemberdayaan generasi muda. Hal ini juga

membuka peluang kerja sama berkelanjutan dengan institusi pendidikan dan meningkatkan reputasi Ginela sebagai brand yang progresif.

1.4 Tempat Kerja Profesi

Kerja profesi dilaksanakan di PT Digi Herba Nusantara, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan dan perawatan herbal, khususnya produk kesehatan perempuan. Salah satu produk unggulan dari perusahaan ini adalah Ginela, sebuah brand yang fokus pada perawatan menstruasi alami berbasis jamu tradisional Indonesia yang dikemas secara modern.

PT Digi Herba Nusantara memiliki komitmen untuk memberdayakan perempuan Indonesia melalui edukasi kesehatan reproduksi serta penyediaan produk berbahan alami dan aman. Perusahaan ini menggabungkan kearifan lokal dengan pendekatan ilmiah dan strategi pemasaran digital yang relevan bagi generasi muda.

- Selama masa kerja profesi, praktikan ditempatkan di divisi *Brand*, yang bertanggung jawab untuk mengelola dan mengembangkan konten media sosial, kampanye pemasaran, serta membangun brand awareness melalui berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, dan *website*.

Lingkungan kerja di PT Digi Herba Nusantara sangat mendukung pengembangan keterampilan praktikan, khususnya dalam hal komunikasi visual, kolaborasi tim, serta manajemen konten berbasis strategi. Selain itu, perusahaan juga menerapkan sistem kerja profesional yang mendorong kemandirian, inisiatif, dan inovasi dari setiap anggota tim.



Gambar 1. 1 Tempat kerja

- a. Nama Perusahaan : Digi Herba Nusantara
- b. Divisi : Brand Strategic
- c. Alamat : Nusa Loka J2 No.25, Jl. Jawa II, Rw. Mekar
Jaya, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310
- d. No Telepon : 085210745027
- e. Email : corsec.digiherbamusantara@gmail.com

1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Sebelum mendaftar untuk Program Kerja Profesi di PT Digi Herba Nusantara, praktikan terlebih dahulu mengurus surat pengantar resmi dari Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya. Surat ini menjadi langkah awal yang penting dalam proses administratif dan pendaftaran kerja profesi. Setelah memperoleh surat tersebut, praktikan kemudian mengirimkan surat lamaran lengkap dengan CV dan portofolio yang berisi pengalaman organisasi, proyek akademik, serta transkrip nilai sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan.

Pada bulan Januari 2025, praktikan dinyatakan diterima dan mulai melaksanakan Kerja Profesi pada tanggal 20 Januari 2025. Pelaksanaan awal kegiatan kerja profesi diawali dengan sesi orientasi dan onboarding di kantor pusat PT Digi Herba Nusantara, yang berlokasi di Jakarta. Dalam tahap ini, praktikan diperkenalkan dengan struktur organisasi perusahaan, lini produk herbal dan organik yang menjadi fokus utama bisnis, serta strategi pemasaran digital yang sedang berjalan. Praktikan juga mendapatkan pelatihan singkat terkait branding produk, manajemen konten media sosial, serta pemanfaatan data analitik untuk mendukung pengambilan keputusan dalam pemasaran.

Setelah orientasi, praktikan ditempatkan di Divisi Brand Strategic dan langsung terlibat dalam perencanaan serta implementasi strategi pemasaran digital. Salah satu tanggung jawab utama yang dijalani praktikan adalah menyusun dan menjadwalkan konten promosi harian untuk media sosial perusahaan, dengan fokus pada peningkatan brand awareness dan engagement *audiens*. Praktikan juga dilibatkan dalam tim kreatif yang merancang kampanye edukatif terkait manfaat produk herbal kepada konsumen, serta ikut berkontribusi dalam kegiatan photoshoot dan pembuatan materi visual.

Di samping aktivitas konten dan branding, praktikan juga berpartisipasi dalam kegiatan riset pasar untuk memahami tren konsumen terhadap produk-produk kesehatan alami. Hasil riset ini digunakan untuk menyusun strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran dan relevan. Selain itu, praktikan juga berkesempatan membantu tim dalam kegiatan evaluasi *performance* kampanye melalui tools digital seperti Google Analytics dan Meta Business Suite, yang memperluas keterampilan analitis dalam konteks pemasaran digital.

Pengalaman kerja profesi ini juga memperkaya wawasan praktikan dalam aspek manajerial dan strategis. Praktikan diberi kesempatan untuk mengikuti rapat rutin internal divisi yang membahas perkembangan produk, respons pasar, serta strategi penetrasi pasar baru. Praktikan juga terlibat dalam diskusi pengembangan kerja sama dengan mitra eksternal dan institusi pendidikan untuk memperluas jangkauan distribusi produk PT Digi Herba Nusantara.

Setelah menyelesaikan periode kerja profesi pada tanggal 31 Juli 2025, praktikan melakukan presentasi akhir di hadapan manajer divisi. Presentasi ini berisi laporan kegiatan, hasil kerja, serta rekomendasi dari praktikan terkait peningkatan strategi pemasaran digital dan efektivitas konten. Melalui presentasi ini, praktikan tidak hanya menunjukkan pencapaian yang telah diraih selama menjalani kerja profesi, tetapi juga memberikan kontribusi nyata yang bermanfaat bagi perusahaan dalam upaya memperkuat posisi pasar dan meningkatkan kualitas komunikasi *brand* kepada konsumen.