

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

PT Usaha Saudara Mandiri merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang produksi elemen pemanas industri (heating element) dengan merek dagang "United Heater". Sebagai perusahaan yang beroperasi dalam pasar Business to Business (B2B), PT Usaha Saudara Mandiri menghadapi tantangan untuk terus memperkuat citra merek dan profesionalisme di hadapan klien industri melalui platform digital. Hal ini menjadi krusial karena calon mitra bisnis saat ini cenderung melakukan riset teknis secara mandiri melalui aset digital perusahaan sebelum memutuskan untuk melakukan kerja sama atau pengadaan barang.

Dalam mengelola aktivitas pemasaran digitalnya secara konsisten, PT Usaha Saudara Mandiri memerlukan alur kerja (*workflow*) yang terstruktur dan terkoordinasi dengan baik antar anggota tim. Oleh karena itu, implementasi *Management Coordination* dan *Creative Direction* menjadi kebutuhan utama perusahaan. *Management Coordination* berperan penting dalam melakukan pengawasan kualitas (*Quality Control*), mengelola *Master Data*, serta memantau tugas tim magang agar distribusi

informasi di berbagai kanal komunikasi berjalan sesuai jadwal yang ditetapkan. Sementara itu, *Creative Direction* diterapkan untuk memberikan standar visual yang profesional pada seluruh aset digital, sehingga identitas visual perusahaan terlihat konsisten, modern, dan mampu bersaing dengan kompetitor di industri serupa,

Kebutuhan tersebut kemudian didukung oleh sistem pemantauan (*monitoring*) yang berfungsi untuk memastikan bahwa seluruh publikasi di berbagai kanal komunikasi perusahaan sesuai dengan jadwal dan target yang telah ditetapkan, sehingga interaksi dengan audiens tetap terjaga. Sementara itu, *Creative Direction* tetap diterapkan secara ketat untuk memberikan standar visual yang profesional pada seluruh aset digital. Arahan kreatif ini sangat diperlukan agar identitas visual perusahaan terlihat konsisten, modern, dan mampu bersaing dengan kompetitor di industri serupa.

Melalui pelaksanaan Kerja Praktik lanjutan (periode MBKM) ini, penulis mengimplementasikan kedua pilar tersebut untuk membantu mengoptimalkan aktivitas pemasaran digital di PT Usaha Saudara Mandiri. Fokus utama dari kegiatan ini adalah memastikan bahwa seluruh proses koordinasi manajemen tim, pengawasan kualitas konten, hingga arahan visual dapat berjalan selaras untuk mendukung tujuan bisnis perusahaan dalam

menjangkau pasar yang lebih luas secara digital.

## **1.2 Waktu dan tempat pelaksanaan**

Waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan kerja praktik yang telah dilakukan penulis dilaksanakan pada :

Tanggal : 02 Maret 2026 – 02 Juli 2026

Waktu Kerja : Senin – Kamis (08.00 – 17.00 WIB)

Jumat (08.00 - 17.30 WIB)

Sabtu (08.00 - 12.00 WIB)

Tempat : PT Usaha Saudara Mandiri (USM)

Alamat : JL. Haji Aning (Karyawan), No. 88,  
Tangerang, RT.005/RW.002, Sangiang Jaya,  
Kec. Periuk, Kota Tangerang, Banten 15132

## **1.3 Tujuan Kerja Praktik**

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Tujuan umum dari pelaksanaan kerja praktik ini adalah untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan dalam lingkungan kerja nyata, khususnya pada kegiatan pengelolaan konten digital, manajemen data, dan *workflow* digital marketing di PT Usaha Saudara Mandiri.

### 1.3.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus pelaksanaan kerja praktik ini adalah sebagai berikut :

1. Mengimplementasikan proses *Content Development* dalam menyusun materi publikasi yang mampu mengedukasi audiens mengenai produk teknik PT Usaha Saudara Mandiri.
2. Menerapkan sistem *Content Management* melalui penyusunan kalender konten untuk menjamin konsistensi distribusi informasi di berbagai platform digital perusahaan.
3. Mengetahui dan mendeskripsikan implementasi *Management Coordination* dalam memantau tugas tim magang.
4. Mengimplementasikan penggunaan *Master Data* dan sistem pemantauan (*monitoring*) untuk menjaga keteraturan alur kerja (*workflow*) aktivitas digital marketing perusahaan.
5. Menjalankan peran *Creative Direction* untuk memastikan setiap aset visual yang diproduksi selaras dengan identitas merek dan standar profesional perusahaan.

### 1.4 Manfaat Kerja Praktik

#### 1.4.1 Bagi Mahasiswa

Adapun manfaat bagi mahasiswa adalah sebagai berikut :

1. Mendapatkan pengalaman langsung dalam mengaplikasikan pengetahuan pada aktivitas kerja nyata, khususnya terkait pengelolaan data, konten digital, dan *workflow* digital marketing.
2. Mengembangkan keterampilan praktis dalam *Content Development*, *Content Management*, *Copywriting*, Dokumentasi, serta pengoperasian *tools* digital marketing.
3. Meningkatkan keterampilan manajerial dan kepemimpinan melalui implementasi *Management Coordination* dalam memantau tugas dan alur kerja tim.
4. Mengasah kemampuan analitis, ketelitian, dan manajemen waktu melalui pengerjaan tugas tugas yang bersifat operasional maupun strategis.
5. Memperluas wawasan mengenai proses bisnis, alur kerja tim pemasaran digital, serta keterkaitan antar divisi dalam perusahaan.
6. Meningkatkan kemampuan komunikasi dan kolaborasi dalam lingkungan kerja profesional.

#### **1.4.2 Bagi Perusahaan**

Adapun manfaat bagi perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Mendapatkan kontribusi tenaga kerja dalam pengelolaan

konten digital, dokumentasi kegiatan, penyusunan master data artikel, dan aktivitas operasional digital marketing lainnya.

2. Terbantu dalam meningkatkan keteraturan *workflow* pemasaran digital melalui dukungan pada perencanaan konten, evaluasi media sosial, serta manajemen aset digital.
3. Mendapatkan manfaat dari optimalisasi supervisi konten dan pengawasan kualitas (*Quality Control*) untuk memastikan standar publikasi tetap terjaga.
4. Mendapatkan perspektif baru dari mahasiswa terkait ide konten, perbaikan proses, dan efisiensi operasional yang dapat menunjang kinerja tim digital marketing.
5. Mendukung terciptanya proses kerja yang lebih terdokumentasi dan mudah dipantau.

#### **1.4.3 Bagi Perguruan Tinggi**

Adapun manfaat bagi instansi atau perguruan tinggi adalah sebagai berikut :

1. Menjadi sarana untuk mengevaluasi relevansi kurikulum Teknik Informatika terhadap kebutuhan industri, khususnya pada bidang digital marketing yang berbasis data dan teknologi.
2. Memperkuat hubungan kerja sama antara perguruan tinggi dan dunia industri melalui pelaksanaan program kerja

praktik.

3. Memberikan bukti nyata mengenai kemampuan mahasiswa dalam menerapkan kompetensi akademik ke dalam lingkungan kerja profesional.
4. Menjadi referensi bagi pengembangan program pembelajaran yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan industri digital.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Dalam sub bab ini terdapat sistematika penulisan LAPORAN MAGANG BERDAMPAK secara keseluruhan yang terdiri dari lima bab, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan hal yang berhubungan dengan latar belakang, waktu, tempat pelaksanaan, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan

### **BAB II PROFIL PERUSAHAAN**

Bab ini berisikan gambaran umum perusahaan PT Usaha Saudara Mandiri (USM) yang meliputi profil, sejarah singkat perusahaan, dan visi misi perusahaan.

### **BAB III LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang mendukung dalam penyusunan dan pembahasan LAPORAN MAGANG

BERDAMPAK .

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini berisi informasi mengenai kegiatan yang dilakukan selama masa kerja praktik di PT Usaha Saudara Mandiri (USM)

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari LAPORAN MAGANG BERDAMPAK .