

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi sangat membantu aktivitas manusia dalam berbagai aspek kehidupan. Bahkan, berbagai sektor industri telah memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasionalnya. Teknologi telah membawa kemudahan dan kecepatan yang sebelumnya tidak terbayangkan dalam melakukan berbagai tugas sehari-hari. Secara keseluruhan, teknologi tidak hanya membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam berbagai sektor, tetapi juga membawa kenyamanan dan kualitas hidup yang lebih baik bagi manusia. Dengan kemajuan yang terus berlanjut, teknologi akan terus memainkan peran penting dalam mengatasi tantangan masa depan dan membuka peluang baru bagi masyarakat global.

Adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat, telah membawa perubahan besar pada dunia digital dan internet serta memberikan dampak yang signifikan pada berbagai bidang, terutama pada bidang pemasaran. Tren pemasaran pun mengalami pergeseran dari metode konvensional atau secara *offline* menjadi ke arah pemasaran digital. Transformasi teknologi ini tidak hanya mengubah cara berkomunikasi dan berinteraksi, tetapi juga mengubah paradigma dan strategi pemasaran secara keseluruhan. Strategi pemasaran melalui *digital marketing* ini dianggap lebih berpotensi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan kemudahan mengakses berbagai informasi tentang produk yang ditawarkan melalui internet.

Digital marketing adalah upaya memasarkan atau mempromosikan produk melalui media internet untuk menjangkau konsumen dan calon konsumen dengan

cepat. Media internet yang populer digunakan untuk pemasaran produk meliputi Facebook, YouTube, Instagram, dan berbagai media sosial lainnya. Selain dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan menghemat biaya pemasaran, juga menciptakan ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Selain itu, pemasaran digital bersifat *real-time*, memungkinkan pengusaha untuk langsung memantau minat dan umpan balik dari pasar target, serta dengan cepat menyesuaikan strategi konten iklan untuk hasil yang lebih optimal.

Digital *marketing* memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan strategi pemasaran konvensional (*offline marketing*), diantaranya dalam hal tolak ukur keberhasilan dari sebuah strategi (Irfani, Yeni, & Wahyuni, 2020). Strategi pemasaran melalui digital marketing merupakan salah satu strategi yang unggul bagi sebuah perusahaan untuk mencapai berbagai tujuan bisnisnya dengan lebih efektif dan efisien. Dengan menggunakan *platform online* seperti media sosial, situs web, dan email, perusahaan dapat menyebarkan pesan pemasaran mereka ke seluruh dunia tanpa batasan geografis. Hal ini sangat penting dalam era globalisasi, di mana perusahaan tidak hanya bersaing di pasar lokal tetapi juga di pasar internasional.

Necerel merupakan perusahaan produsen, pemasar, dan pelatihan produk perawatan tubuh natural di Indonesia. Necerel menawarkan pelatihan pembuatan produk perawatan tubuh seperti body care kit, deodoran, dan sabun. Selain menawarkan pelatihan pembuatan produk perawatan tubuh, Necerel juga mendukung pemasaran digital agar semakin banyak masyarakat menjadi bagian dari pecinta produk natural yang berkelanjutan dan memberi dampak baik untuk lingkungan (Necerel, 2024).

Penerapan strategi pemasaran berupa digital marketing dilakukan oleh Necerel salah satunya melalui media sosial. Media sosial termasuk salah satu media informasi yang banyak digunakan oleh beberapa perusahaan maupun personal untuk menyampaikan informasi produk yang ditawarkan. Dengan adanya media sosial, perusahaan tidak perlu lagi menyebarkan penawaran melalui media cetak. Berdasarkan data dari We Are Social salah satu perusahaan media sosial asal Inggris jumlah pengguna media sosial di dunia mencapai sekitar 4,2 miliar pada tahun 2021 (Gunawan & Ratmono, 2021). Data tersebut juga menjadi alasan yang menyebabkan banyak perusahaan bisnis lebih banyak melakukan promosi melalui media sosial. Media sosial yang digunakan oleh Necerel yaitu Instagram, YouTube, hingga TikTok.

1.2 Tujuan

Tujuan dari pelaksanaan Magang Mandiri MBKM di Qurota Academy adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pemasaran digital yang diterapkan oleh Brand Necerel
2. Mengetahui strategi pemasaran berupa analisis SWOT yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang ada pada Brand Necerel

1.3 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dalam Magang Mandiri MBKM di Qurota Academy antara lain:

A. Bagi Mahasiswa

1. Menambah ilmu dan wawasan terkait pemasaran digital yang diterapkan oleh Necerel.

2. Menambah dan meningkatkan keterampilan serta keahlian di bidang digital marketing.
3. Berkontribusi langsung dalam pembuatan produk perawatan tubuh alami di Necerel.

B. Bagi Qurota Academy

Sebagai wadah kerjasama yang menguntungkan antara pihak Qurota Academy dengan perguruan tinggi dan membantu memberikan masukan untuk kemajuan baik dari segi teknis maupun administrasi, terutama dalam bidang pemasaran digital.

C. Bagi Perguruan Tinggi

1. Terjalin kerjasama antar kedua belah pihak yaitu institusi pendidikan dan perusahaan dalam hal pendidikan.
2. Sebagai jembatan untuk mahasiswa agar siap dalam menghadapi dunia kerja.
3. Perguruan tinggi akan mendapatkan peningkatan kualitas lulusan mahasiswa melalui pengalaman magang yang telah dilaksanakan.

1.4 Sasaran Kompetensi yang Diharapkan

- LO_1: Mampu menunjukkan sikap religious, berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air dilandasi profesionalisme, semangat kejuangan, dan kewirausahaan.
- LO_3: Menguasai wawasan dan pengetahuan di bidang agroindustry, manajemen perusahaan, lingkungan strategis agribisnis, dan berbagai kebijakan pemerintah yang mempengaruhi kinerja agribisnis.
- LO_6: Mampu bernegosiasi dalam mengedepankan etika, kejujuran, dan berkarakter bela negara, serta mampu menggunakan minimal satu Bahasa internasional untuk komunikasi secara lisan dan tertulis.

- LO_9: Mampu beradaptasi terhadap berbagai macam lingkungan strategis, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta sikap dan budaya masyarakat.
- LO_11: Memiliki softskill dan tanggung jawab dalam mengimplementasikan IPTEKS bidang agribisnis untuk masyarakat.