BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi ekonomi yang tinggi. Dilansir dari indonesia-investments.com (indonesia-investments.com, n.d.) Kedudukanya sebagai salah satu negara di Asia Tenggara membuat negara ini menjadi memiliki potensi yang baik dalam peningkatan ekonomi yang pesat . Dalam aktivitas perekonomian Indonesia, dilansir dari bcmeulaboh.beacukai.go.id (bcmeulaboh.beacukai.go.id, 2017), terdapat salah satu hal untuk meningkatkan hubungan antar negara dan memperkuat neraca pembayaran, yaitu kegiatan ekspor impor.

Kegiatan impor merupakan kegiatan yang melibatkan dua negara dengan memasukkan barang dari suatu negara ke dalam wilayah pabean negara lain, dimana salah satu negara diantaranya sebagai supplier dan satunya sebagai negara penerima. Dilansir dari kompas.com (Putri, 2019) kegiatan impor memiliki beberapa manfaat tersendiri, seperti memperoleh bahan baku, barang atau jasa yang tidak dapat dihasilkan di dalam negeri, sehingga dapat meningkatkan stabilitas serta neraca perdagangan suatu negara.

Gambar 1. 1 Tabel Nilai Impor Januari - Desember 2020

Tabel 8
Nilai Impor Migas dan Nonmigas
Januari–Desember 2019 dan 2020 (Juta US$)

Uraian	2019		2020			Perubahan (%)			Peran Jan–Des 2020* (%)
	Des	Jan–Des	Nov	Des*	Jan–Des*	*y-on-y*	*m-to-m*	*c-to-c*	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Total	**14 506,8**	**171 275,7**	**12 664,4**	**14 437,9**	**141 568,3**	**-0,47**	**14,00**	**-17,34**	**100,00**
Migas	**2 133,2**	**21 885,3**	**1 085,0**	**1 481,8**	**14 256,8**	**-30,54**	**36,57**	**-34,86**	**10,07**
- Minyak Mentah	699,3	5 704,6	149,8	295,1	3 391,7	-57,80	96,95	-40,54	2,40
- Hasil Minyak	1 228,5	13 673,4	710,5	911,4	8 284,1	-25,81	28,27	-39,41	5,85
- Gas	205,4	2 507,3	224,7	275,3	2 581,0	34,03	22,54	2,94	1,82
Nonmigas	**12 373,6**	**149 390,4**	**11 579,4**	**12 956,1**	**127 311,5**	**4,71**	**11,89**	**-14,78**	**89,93**

Keterangan: * Angka Sementara

Sumber : Artikel Berita Resmi Statistik

Perkembangan kegiatan impor di Indonesia per Desember 2020 dalam Berita Resmi Statistik (Badan Pusat Statistik, 2021) mengalami peningkatan dibandingkan November 2020, dengan nilai impor yang naik sebesar 14,00 persen. Dilansir dari nasional.kontan.co.id (Dewi & Pink, 2021) Hal ini juga membuat neraca perdagangan pada tahun 2020 mengalami surplus sebesar 21,74 miliar dollar US yang salah satunya didorong oleh kegiatan impor sebesar 141,5 miliar dollar US. Sehingga, kegiatan impor memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang di Indonesia. Dilansir dari bps.go.id (Badan Pusat Statistik, 2021), China merupakan salah satu dari tiga negara pemasok utama dalam kegiatan impor Indonesia yaitu sebesar 30,91 persen. Haryanto juga mengungkapkan, seperti yang dilansir dari merdeka.com (azz, 2021) bahwa peningkatan impor paling utama berasal dari China. Hal ini membuat sebagian besar produk yang dijual di Indonesia memiliki proses produksi yang berasal dari China (*Made in China).*

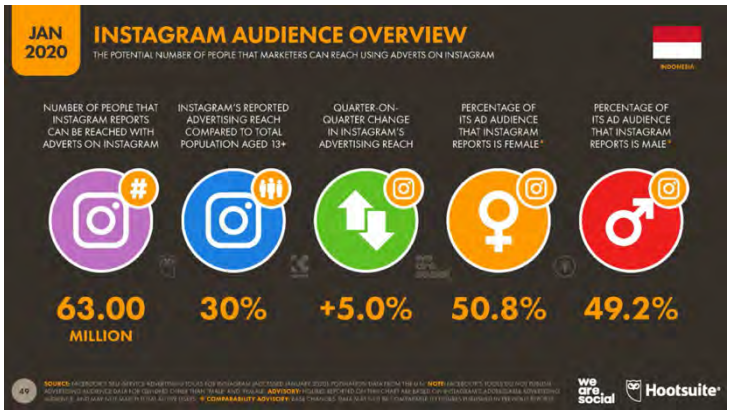
Dalam melakukan kegiatan impor, penggunaan teknologi juga menjadi salah satu hal yang diprioritaskan saat ini. Dengan adanya perkembangan teknologi, akan memudahkan masyarakat untuk menerima dan mengelola informasi dengan baik. Salah satu bentuk dari adanya perkembangan teknologi tersebut adalah penggunaan media sosial, dimana Seperti yang dikatakan oleh Keller and Kotler (2012, p. 568) bahwa media sosial adalah sebuah media agar penggunanya dapat saling berbagi informasi dalam bentuk teks, video, audio, ataupun gambar kepada sesama penggunanya, baik antar individu ataupun perusahaan.

Media sosial menjadi salah satu media bagi para individu untuk berinteraksi dengan sesama pengguna dan mendapatkan informasi yang *up to date* secara mudah. Tak hanya individu, banyak perusahaan- perusahaan yang menggunakan media Instagram untuk meningkatkan *awareness* maupun kegiatan komersil. Salah satu media sosial yang digandrungi banyak orang adalah Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi yang dimana para penggunanya dapat saling membagikan foto atau video, mengambil gambar, meng-*edit* dan menambahkan *filter* pada foto atau video. Tak hanya itu, terdapat sistem *following* dan *follower* dalam Instagram, pengguna juga dapat

berinteraksi dengan sesama pengguna lewat respon, komentar, dan *like* pada sebuah foto atau video. – dilansir dari dailysocial.id (Winarso, 2015).

Penggunaan Instagram merupakan salah satu cara yang efektif dan tepat untuk meningkatkan sebuah *awareness* dan kegiatan komersil suatu perusahaan karena melihat pengguna Instagram yang terus meningkat setiap tahunya. Tak hanya untuk meningkatkan *awareness* atau kegiatan komersil, Instagram juga dapat digunakan untuk memperluas pasar bagi para perusahaan, serta untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat atau target marketnya sendiri.

Gambar 1. 2 Pengguna Instagram di Indonesia per Januari 2020



Sumber : Hootsuite (We Are Social)

Dilansir dari useetv.com (2020) pada Mei 2020, pengguna Instagram di Indonesia mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yaitu sebesar 69 juta, yang dimana pada April 2020 sebesar 65 juta. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Instagram di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunya dan juga Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki jumlah pengguna yang aktif, sehingga dapat menjadi salah satu media untuk menyampaikan dan menerima informasi antar penggunannya.

Natindo Cargo (PT Khasanah Citradatindo) merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang forwarder impor dengan spesialisasi impor dari negara China ke Indonesia yang memanfaatkan media sosial Instagram dan Facebook sebagai media untuk berinteraksi langsung dengan pelangganya, sehingga perusahaan paham apa keinginan dan *customer behaviour* dari

pelangganya. Konsumen dari Natindo Cargo (PT Khasanah Citradatindo) sendiri adalah konsumen yang memiliki usaha seperti *online shop*, toko, dan *supplier.* Target market dari dari Natindo Cargo (PT Khasanah Citradatindo) sendiri mencakup seluruh perusahaan atau individu, baik konsumen yang sudah pernah impor barang atau yang tertarik untuk mencoba impor barang, dan perusahaan yang membutuhkan suplai barang dalam jumlah yang besar.

1.2 Manfaat dan Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang pada Natindo Cargo (PT Khasanah Citradatindo) bertujuan untuk :

1. Mengetahui dan mempelajari bagaimana aktivitas *media social specialist*, seperti penggunaan dan pengelolaan media sosial , bagaimana cara membuat konten yang menarik dan informatif, cara mengemas dan penulisan sebuah konten pada media sosial Natindo Cargo PT Khasanah Citradatindo.
2. Meningkatkan *soft skill* pada dunia kerja.
3. Menerapkan konsep dan ilmu pengetahuan yang didapat dari Universitas pada dunia pekerjaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan

Praktik kerja magang Natindo Cargo (PT Khasanah Citradatindo) terhitung selama 60 hari kerja atau selama 3 bulan sesuai ketentuan prodi, yang dimulai dari tanggal 2 September 2020 sampai 4 Desember 2020. Jadwal masuk kerja ditetapkan pada pukul 9.00 WIB -17.00 WIB hari Senin – Jumat.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan

1.3.2.1 Pra Pelaksanaan Kerja Magang

Melakukan riset ke beberapa perusahaan yang membuka lowongan magang dengan lowongan yang sesuai dengan divisi dan jurusan, yaitu *strategic communication*. Setelah itu mengirimkan

curriculum vitae dan juga portfolio yang sesuai dengan divisi yang dilamar ke pihak Natindo Cargo (PT Khasanah Citradatindo).

Setelah itu melakukan proses *interview* dengan pihak Natindo Cargo (PT Khasanah Citradatindo). Tahap berikutnya adalah proses penerimaan praktik kerja magang di Natindo Cargo (PT Khasanah Citradatindo) dan membuat kesepakatan mengenai divisi yang ditempatkan beserta *jobdesk*nya, yaitu *social media specialist* dan juga periode waktu kerja praktik magang. Setelah itu, mengajukan formular Pengajuan Kerja Magang (KM 01) kepada pihak Universitas Multimedia Nusantara. Setelah mendapatkan KM 01, tahap selanjutnya adalah menerima surat pengantar kerja magang (KM 02) yang telah disetujui oleh kaprodi, yang dimana surat tersebut akan diberikan kepada perusahaan dimana praktik kerja magang dilaksanakan.

1.3.2.2 Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Praktik kerja magang dilaksanakan dimulai dari tanggal 2 September 2020 sampai 4 Desember 2020 di divisi *digital marketing* yang bertugas sebagai *social media specialist.*

1.3.2.3 Penyelesaian Kerja Magang

Membuat penyusunan laporan magang dengan bimbingan dari dosen pembimbing yang ditentukan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara. Setelah itu melakukan pengumpulan laporan hasil kerja magang sesuai dengan jadwal yang ditentukan dan mengikuti sidang setelahnya.