

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sandang merupakan salah satu dari tiga kebutuhan pokok manusia yang memiliki permintaan tinggi dan akan terus meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Kebutuhan masyarakat akan sandang atau pakaian tidak lepas dari model yang dimiliki, hal inilah yang disebut dengan *fashion*. Menurut seorang ahli sejarawan Inggris, Thomas Carlyle, mengungkapkan bahwa *fashion* memiliki arti, “*Pakaian adalah pelambang dari jiwa. Pakaian tidak dapat dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia*”.

Dengan kata lain, *fashion* dapat menunjukkan identitas dari pemakainya yang dipercaya akan berdampak pada nilai diri mereka di hadapan publik. Itulah mengapa *fashion* merupakan hal yang sangat krusial dalam perkembangan kehidupan manusia. Di Indonesia sendiri, industri *fashion* juga selalu mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini didasari oleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS), yang dimana industri *fashion* mencatatkan pertumbuhan produksi paling tinggi di antara sektor lainnya sepanjang kuartal I/2019 dengan pertumbuhan sebesar 29,19% secara tahunan.

Pesatnya perkembangan industri *fashion* di Indonesia tidak lepas dari arus globalisasi yang diyakini membawa dampak besar terhadap perkembangan *fashion* di Indonesia, ditambah lagi dengan keberadaan media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, yang memungkinkan semua orang dapat mengetahui tren-tren *fashion* yang sedang terjadi di dunia. Karena pada dasarnya, media sosial merupakan sebuah sarana yang digunakan manusia untuk saling berinteraksi dan berbagi informasi ke satu sama lain dengan cepat.

Namun, penggunaan media sosial saat ini tidak hanya untuk berinteraksi atau berbagi informasi saja, tetapi juga digunakan oleh industri sebagai sarana promosi, meningkatkan *brand awareness*, menjaga hubungan dengan pelanggan dan lain sebagainya. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa media sosial digunakan oleh banyak perusahaan saat ini, selain karena mudah digunakan, promosi melalui media sosial juga membutuhkan lebih sedikit biaya apabila dibandingkan dengan promosi secara konvensional.

Dengan semakin maraknya penggunaan media sosial untuk kebutuhan industri, maka calon karyawan yang memiliki kreativitas dalam pembuatan konten media sosial akan semakin dibutuhkan di dunia kerja. Dengan meningkatnya kebutuhan akan kreativitas dalam pembuatan konten, memotivasi penulis untuk mencari tempat magang yang dimana penulis dapat belajar untuk membuat konten yang menarik dan memiliki *value* untuk perusahaan, sehingga produk barang dan/atau jasa perusahaan dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Dalam rangka untuk melaksanakan kegiatan magang, penulis mendapatkan sebuah rekomendasi dari seorang teman untuk ambil bagian di perusahaan PT Mitra Fesyen Global, yang merupakan sebuah perusahaan garmen di Indonesia yang melakukan integrasi vertikal mulai dari riset tren, produksi, hingga penjualan online, dari hulu hingga ke hilir yang bergerak di bidang fesyen dengan ribuan mitra retail.

Melihat *track record* dan reputasi baik yang dimiliki PT Mitra Fesyen Global dalam industri *fashion*, serta adanya ketertarikan penulis untuk belajar mengenai aktivitas pemasaran menggunakan media sosial dalam industri *fashion*, membuat penulis menerima tawaran tersebut dan ditempatkan sebagai karyawan magang di salah satu divisi perusahaan PT Mitra Fesyen Global, yakni MFG Dropship sebagai *Internship Staff* yang dimulai pada tanggal 11 Juli 2022 hingga 23 Desember 2022.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Tujuan dari praktek kerja magang di PT Mitra Fesyen Global sebagai *Internship Staff*, sebagai berikut:

1. Memahami dan mempelajari aktivitas *marketing* atau pemasaran di PT Mitra Fesyen Global.
2. Mendapatkan *networking* kesempatan kerja dalam mengembangkan jaringan kontak profesional, yang dapat berguna untuk referensi di masa depan.
3. Mengaplikasikan ilmu yang didapat selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi ke dunia kerja.
4. Mengetahui bagaimana aktivitas pemasaran di PT Mitra Fesyen Global.
5. Meningkatkan kemampuan dalam menggunakan media sosial pemasaran pada dunia kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan Kerja Magang di PT Mitra Fesyen Global berlangsung selama 800 jam, terhitung dari tanggal 11 Juli 2022 hingga 23 Desember 2022. Praktek kerja magang ini dilaksanakan secara *Work From Office* dan dilaksanakan setiap hari Senin hingga Jumat dari pukul 09.00 hingga 17.00 WIB. Terdapat jam istirahat pada pukul 12.00 hingga 13.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

- Peserta magang diwajibkan hadir ke kantor pada hari Senin hingga Jumat pada pukul 09.00 WIB, dan diberikan toleransi 15 menit apabila terlambat.

- Peserta magang akan bekerja full secara *on site*.
- Peserta magang diberikan jatah absen sebanyak 3 (tiga) kali setiap bulan.
- Supervisor akan melaporkan hasil kemajuan para peserta magang selama program magang berlangsung. Departemen lainnya akan memantau kemajuan peserta magang dengan maksud untuk memenuhi tujuan pelatihan.
- CEO PT Mitra Fesyen Global akan melakukan sesi *one on one* minimal satu kali selama masa magang untuk melihat langsung perkembangan peserta magang.
- Untuk magang jangka panjang (> 6 bulan) peserta magang wajib menyertakan laporan magang ke PT Mitra Fesyen Global pada akhir masa magangnya. Magang jangka pendek (< 6 bulan) harus menyerahkan ringkasan inti laporan magang. Supervisor magang harus menyampaikan laporan tersebut berdasarkan laporan magang atas pengamatan mereka terhadap kinerja peserta magang selama periode magangnya.
- Peserta magang menyanggupi untuk mematuhi setiap aturan ketenagakerjaan yang ditetapkan oleh PT Mitra Fesyen Global dan siap untuk mengikuti instruksi dan menerima pengawasan selama masa magang ini berlangsung.
- Peserta magang setuju untuk menjaga kerahasiaan perusahaan yang diperoleh selama program yang dianggap rahasia oleh PT Mitra Fesyen Global.
- Pemberitahuan pengakhiran masa magang harus disertai dengan surat tertulis minimal 1 (satu) bulan sebelum tanggal berakhirnya program magang. Namun, setiap keputusan untuk memperbaharui perjanjian harus kembali dengan disepakati oleh kedua belah pihak.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama dalam laporan magang ini, penulis membahas mengenai latar belakang penulis melaksanakan kegiatan magang di PT Mitra Fesyen Global, maksud dan tujuan penulis untuk magang di PT Mitra Fesyen Global, waktu dan prosedur yang penulis lakukan sebelum dan saat magang di PT Mitra Fesyen Global.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab kedua dalam laporan magang ini, penulis membahas mengenai perusahaan tempat penulis melakukan kegiatan magang, yakni PT Mitra Fesyen Global secara keseluruhan, termasuk sejarah singkat perusahaan PT Mitra Fesyen Global, anak perusahaan PT Mitra Fesyen Global, visi misi perusahaan PT Mitra Fesyen Global, dan struktur organisasi perusahaan PT Mitra Fesyen Global.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ketiga dalam laporan magang ini, penulis membahas mengenai pelaksanaan kerja magang di PT Mitra Fesyen Global, yang meliputi kedudukan dan koordinasi dalam kerja magang, uraian pelaksanaan kerja magang, serta kendala dan solusi yang dialami penulis selama kerja magang di PT Mitra Fesyen Global.

BAB IV PENUTUP

Pada bab terakhir dalam laporan magang ini, penulis memaparkan mengenai apa yang telah dipelajari selama pelaksanaan kerja magang berikut dengan saran kepada perusahaan PT Mitra Fesyen Global, Universitas Multimedia Nusantara, dan kepada mahasiswa lain yang akan magang.