

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Istilah ritel dikenal sebagai industri di mana pelaku bisnis menyediakan jasa atau produk mereka untuk dibeli secara langsung oleh konsumen. Penjualan dilaksanakan dalam bentuk eceran untuk digunakan oleh konsumen secara pribadi dan umumnya tidak dijual kembali. Industri ritel dapat diklasifikasikan berdasarkan produk yang dijual, kepemilikan, dan lokasinya. Ditinjau dari jenis produk yang dijual, terdapat ritel yang menjual produk, jasa, dan penjualan *non-store* yang memanfaatkan media khusus untuk memasarkan produk mereka (Shaid, 2022).

Perkembangan industri ritel di Indonesia telah melalui kenaikan dan penurunan setiap tahunnya. CEIC mencatat pertumbuhan tertinggi pada bulan Desember tahun 2013 dan penurunan terendah pada bulan Mei tahun 2020. Sementara itu, data yang dikumpulkan hingga bulan Mei 2023 mengindikasikan bahwa tidak terdapat perubahan statistik pertumbuhan industri ritel Indonesia yaitu pada persentase 0,0% (CEIC, 2023). Adanya kestabilan tanpa penurunan menandakan bahwa ritel masih merupakan industri yang bergerak aktif di kalangan masyarakat Indonesia terutama karena perannya yang menyediakan berbagai produk kebutuhan. Akan tetapi, dengan adanya perubahan gaya hidup konsumen, kestabilan ini harus dipertahankan agar tetap relevan menjelang pergerakan jaman. Salah satu bentuk ritel yang berkembang di Indonesia adalah *supermarket* atau pasar swalayan. Modernisasi pada praktik konsumsi dalam kehidupan rumah tangga menjadi salah satu pendorong bagi pasar swalayan untuk bertumbuh (Saragih et. al, 2022, p.21). Adapun upaya pemasaran yang dilakukan melalui kampanye dan media berbasis *offline* maupun *online*. Bentuk promosi ini memanfaatkan visual yang dapat mengkomunikasikan maksud dan tujuan secara langsung terhadap konsumen. Keberadaan kebutuhan desain menjadi salah satu pendorong bagi penulis untuk dapat mengembangkan potensi pembelajaran sebagai

mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual. Oleh karena itu, penulis menggunakan kesempatan rangkaian magang *Internship Track 1* untuk tertanam sebagai *Graphic Designer Intern* di pasar swalayan Farmers Market naungan PT Supra Boga Lestari Tbk.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Pelaksanaan kerja magang di PT Supra Boga Lestari Tbk didasari oleh maksud dan tujuan yang sejalan dengan syarat kelulusan mahasiswa jenjang S1 Desain Komunikasi Visual. Selain itu, rangkaian magang juga bertujuan untuk:

1. Menerapkan kemampuan dan menyalurkan pengetahuan mengenai desain grafis yang dipelajari selama masa perkuliahan dalam lingkup kerja industri,
2. Mendapatkan pengalaman kerja sebagai desainer grafis internal sebuah perusahaan,
3. Mendapatkan pengetahuan mengenai tahapan kerja desainer grafis secara lebih profesional serta menerapkannya secara langsung,
4. Menambah wawasan terkait kebutuhan desain grafis pada industri ritel masa kini,
5. Meningkatkan kemampuan komunikasi dan kerja sama dalam tim.

## **1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Rangkaian magang *Internship Track 1* dilaksanakan dengan mengikuti alur waktu dan prosedur yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Adapun rincian yang dideskripsikan sebagai berikut.

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan kerja magang dijalankan dalam serangkaian waktu yang menyesuaikan ketentuan kerja perusahaan. Penulis menempuh kerja magang dengan periode 6 bulan mulai dari 17 Juli 2023 hingga 17 Januari 2024. Kebijakan kontrak kerja yang diberikan oleh perusahaan untuk magang memiliki jangka waktu 3 bulan. Kontrak pertama dinyatakan aktif mulai dari

tanggal 17 Juli 2023 dan melalui perbaruan pada tanggal 17 Oktober untuk melanjutkan 3 bulan magang selanjutnya hingga 17 Januari 2024.

Selama periode magang, penulis mengikuti alur waktu yang ditentukan perusahaan dan menyesuaikan dengan kebutuhan mata kuliah. Akumulasi jam kerja yang ditempuh oleh penulis melebihi 640 jam ketentuan mata kuliah *Internship Track 1*. Jam kerja penulis sebagai karyawan magang dimulai pada pukul 08.30 hingga 17.30 dari Senin sampai Jumat (5 hari) setiap minggunya dan dijalankan sepenuhnya secara *work from office* (WFO). Penulis ditempatkan sebagai bagian dari divisi *Marketing Farmers Market* di kantor pusat PT Supra Boga Lestari Tbk yang berlokasi di Jl. Pesanggrahan No. 2, RT. 1/RW. 7, Jakarta Barat.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis menempuh prosedur pelaksanaan kerja magang mulai dari tahapan pertama yaitu mengikuti pembekalan magang atau *Pre-Internship* pada tanggal 9 Mei 2023 di Function Hall Gedung A Universitas Multimedia Nusantara. Setelah itu, penulis mulai mencari dan memasukkan data mengenai alternatif tempat kerja magang ke situs Merdeka sepanjang bulan Juni 2023 untuk mendapatkan persetujuan dari pihak universitas. Tempat kerja yang sudah melalui tahap persetujuan kemudian disiapkan lebih lanjut untuk tahapan lamaran.

Penulis mengirim lamaran kerja secara *online* kepada PT Supra Boga Lestari Tbk berdasarkan lowongan di situs Jobseeker.com pada tanggal 19 Juni 2023 diikuti dengan serangkaian tes *online* yang dilaksanakan tanggal 20 Juni 2023. Tahapan wawancara pertama dilakukan secara *online* dengan pihak *recruitment* perusahaan pada tanggal 21 Juni 2023 dan wawancara kedua pada 28 Juni 2023 dengan *user*. Penerimaan secara resmi berlangsung pada tanggal 11 Juli 2023 di mana penulis melakukan penandatanganan surat penerimaan. Sesuai dengan kontrak yang tertulis, penulis memulai kerja magang sebagai *Graphic Designer Intern* pada tanggal 17 Juli 2023.