

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri furniture adalah industri yang mengolah berbagai bahan baku atau bahan setengah jadi dari kayu, rotan, dan bahan baku alami lainnya menjadi berbagai macam perabotan seperti kursi, meja, lemari dan lain-lain. Industri furniture di Indonesia sendiri memiliki prospek yang cerah untuk masa depannya. Pada pasar domestic, penjualan produk furniture terus mengalami pertumbuhan yang positif, yaitu di angka Rp 15 triliun pada tahun 2018 yang dimana mengalami kenaikan sekitar Rp 3 triliun pada tahun sebelumnya (Richard, 2019). Namun tantangan yang ada pada industri furniture adalah pasar domestic yang masih didominasi oleh produk furniture impor, yang masih berdampak pada neraca perdagangan industri furniture yang mengalami defisit.

Di sisi lain, industri furniture mengalami peningkatan pada penjualan produk dalam hal ekspor. Hal tersebut dikarenakan furniture-furniture di Indonesia dikenal dengan desainnya yang unik dan penggunaan kayu yang berkualitas. Karena furniture-furniture di Indonesia unik dan berkualitas, industri furniture Indonesia mendapatkan reputasi yang baik di pasar internasional. Data BPS mencatat bahwa penjualan furnitur kayu untuk ekspor pada tahun 2021 mencapai Rp28,6 triliun, mengalami peningkatan sekitar 32,54% dibanding tahun sebelumnya. Tidak hanya peningkatan dalam jumlah nominal, volume ekspor juga mengalami peningkatan signifikan sekitar 20,46%, dari 422,3 juta kg di tahun 2020 menjadi 508,7 juta kg di tahun 2021. Furnitur Indonesia memasok di berbagai negara dengan tujuan utamanya adalah Amerika Serikat, diikuti Jepang, Inggris, Belanda, dan Perancis. Sedangkan, daerah yang memasok kebutuhan furnitur tersebut berasal dari Pasuruan dan Jepara. Di mana, 80% dari penduduk Jepara berkecimpung di dalam industri furnitur (Rizaty, 2022).

Peningkatan ekspor produk furnitur Indonesia mencerminkan potensi besar dalam industri furnitur nasional, dan hal ini juga menjadi peluang untuk mengurangi defisit perdagangan yang terjadi di pasar domestik. Melihat adanya peluang bagi industri furnitur di Indonesia maupun luar negeri serta ketahanan industri ini, maka perusahaan furnitur harus mengupayakan cara agar bisa menghadapi banyaknya produk impor yang membanjiri pasar domestik. Guna memenangkan persaingan dengan produk impor, perusahaan dapat melakukan kustomisasi untuk produk furnitur yang ditawarkan. Kustomisasi furnitur adalah proses di mana pelanggan memiliki kemampuan untuk menyesuaikan produk furnitur sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pribadi mereka (Pratama, Karim, & Hertadi, 2023). Ini memberikan pelanggan kebebasan untuk memilih berbagai elemen, seperti ukuran, bentuk, warna, bahan, dan desain, sehingga mereka dapat memiliki furnitur yang benar-benar unik dan sesuai dengan gaya dan estetika mereka. Kustomisasi furnitur memberikan solusi yang sangat personal dan memungkinkan individu atau bisnis untuk menciptakan furnitur yang tepat sesuai dengan ruang dan fungsi yang diinginkan. Ini adalah pendekatan yang semakin populer dalam industri furnitur, karena membantu menciptakan barang yang lebih fungsional dan estetis sesuai dengan keinginan pelanggan.

Strategi lain yang bisa dilakukan untuk mampu bersaing dengan produk impor adalah memperkuat pemasaran. Bagian yang penting dalam pemasaran adalah desain grafis. Desain grafis adalah pengaplikasian seni serta komunikasi untuk kebutuhan bisnis maupun industri atau sering disebut sebagai seni komersial. Desain ini dapat diaplikasikan ke dalam periklanan, penjualan produk, penciptaan identitas visual atas organisasi, pendesainan informasi, serta penyempurnaan pesan ke dalam bentuk visual (Suyanto, 2004). Tujuan dari desain grafis adalah untuk memberikan informasi atau memengaruhi orang lain untuk melakukan tindakan atau bersikap tertentu. Desain grafis ini yang menjembatani antara pengirim pesan dengan penerima pesan dengan cara membentuk visual tertentu yang memudahkan pemahaman akan informasi (Suyanto, 2004). Hal ini sejalan dengan tujuan desain ialah membantu agar objek yang dirancang manusia dapat bermanfaat bagi

kehidupan manusia serta fungsinya ialah sarana untuk menyampaikan ide (Itsaini, 2021).

Desain grafis adalah elemen penting dalam komunikasi, baik dalam konteks daring (online) maupun luring (offline). Dalam era digital saat ini, pemasaran tidak lagi terbatas pada saluran konvensional seperti toko fisik. Perusahaan, termasuk perusahaan furnitur, telah beralih ke strategi pemasaran daring yang melibatkan media sosial, yaitu suatu wadah digital yang memfasilitasi berbagai aktivitas sosial para pengguna, secara khusus pada komunikasi dan interaksi dalam jejaring internet (Tysara, 2023). Desain grafis memainkan peran vital dalam menciptakan materi promosi yang menarik dan efektif di platform-platform online ini, memastikan bahwa pesan dan identitas merek terkirim dengan baik kepada audiens online.

Selain pemasaran online, strategi pemasaran acara juga merupakan langkah penting dalam promosi produk furnitur. Pemasaran acara (*event marketing*) adalah suatu strategi untuk mempromosikan produk melalui pengaitan antara produk dengan kegiatan tertentu (Robert, 2023). Dengan mengadakan pameran dan acara promosi, perusahaan furnitur memberikan pengunjung kesempatan untuk melihat, merasakan, dan mengevaluasi produk secara langsung. Desain grafis juga berperan dalam membuat bahan promosi untuk acara-acara ini, seperti brosur, spanduk, dan tanda-tanda yang memikat. Dengan memadukan desain grafis yang menarik dengan strategi pemasaran acara, perusahaan furnitur dapat menarik perhatian calon pelanggan potensial dan memungkinkan mereka untuk merasakan produk secara langsung, yang dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan dan membangun kesetiaan pelanggan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari pelaksanaan aktivitas kerja magang adalah ingin mendapatkan pengalaman dan gambaran mengenai aktivitas dunia kerja di bidang desain grafis. Oleh karena itu, secara khusus tujuan pelaksanaan kerja magang yaitu untuk:

1. Memperoleh pengalaman dalam dunia kerja sebagai bagian dari tim grafik desain.
2. Mengasah dan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan semasa perkuliahan melalui program magang sebagai bagian dari tim grafik desain IDEMU by VIVERE.
3. Mengasah soft skill dan hard skill, seperti komunikasi, manajemen waktu, koordinasi dengan tim, penyelesaian masalah, dan lebih memperluas wawasan mengenai desain grafis.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kerja magang ini berikut adalah waktu dan prosedur penulis jabarkan secara detail

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan proses kerja magang berlangsung selama 640 jam kerja sesuai dengan panduan MBKM Magang Track 1 Universitas Multimedia Nusantara. Proses kerja magang berlangsung mulai dari 19 Juni 2023 hingga 30 November 2023 yang dilaksanakan secara Work From Office (WFO) pada hari Senin hingga Jumat pukul 08.30 hingga 18.00.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang terdiri dari 5 tahapan yang penulis jabarkan sebagai berikut:

A. Proses Administrasi Kampus

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.

- 2) Memilih Magang Track 1 pada saat mengisi Pra KRS dan KRS di website my.umn.ac.id.
 - 3) Mengajukan perusahaan kepada pihak Universitas Multimedia Nusantara melalui website merdeka.umn.ac.id untuk mendapatkan persetujuan tempat magang dari Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
 - 4) Melakukan proses registrasi Magang Track 1 di merdeka.umn.ac.id
 - 5) Mengirimkan surat pengantar magang kepada HRD via *Whatsapp* untuk mendapatkan surat kontrak magang.
 - 6) Mengunduh dan mengisi kartu kerja magang
- B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Penulis mengirimkan Profolio dan Curriculum Vitae (CV kepada HRD VIVERE Group.
- 2) Penulis dihubungi oleh HRD VIVERE Group melalui *whatsapp* untuk diinterview melalui *voice call whatsapp* mengenai jobdesc posisi yang akan ditempati selama magang.
- 3) Penulis diundang untuk melakukan interview dengan user melalui *Google Meet* untuk membahas mengenai pengalaman dan proses penulis dalam bekerja di bidang desain grafis.
- 4) Setelah proses *interview* dengan *user*, penulis dihubungi oleh HRD VIVERE Group karena telah dinyatakan diterima untuk melaksanakan praktik kerja magang di VIVERE Group.
- 5) Mengirimkan surat pengantar magang kepada HRD via *Whatsapp* untuk mendapatkan surat kontrak magang.

C. Proses Pelaksanaan Kerja Magang

- 1) Pelaksanaan kerja magang dimulai pada tanggal 19 Juni 2023 dengan posisi sebagai desain grafis intern di IDEMU by VIVERE Group.

- 2) Selama proses pelaksanaan kerja magang penulis didampingi langsung oleh Alvenia Andhina selaku pembimbing lapangan selama proses kerja magang

D. Proses Pembuatan Laporan Magang

- 1) Proses pembuatan laporan magang dibimbing oleh Ibu Ratna Cahaya Rina Wirawan selaku Dosen Pembimbing magang melalui *Google Meet* dan *Whatsapp*
- 2) Hasil laporan magang dikumpulkan melalui website merdeka.umn.ac.id untuk menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual.

E. Proses Sidang Magang



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA