

BAB I

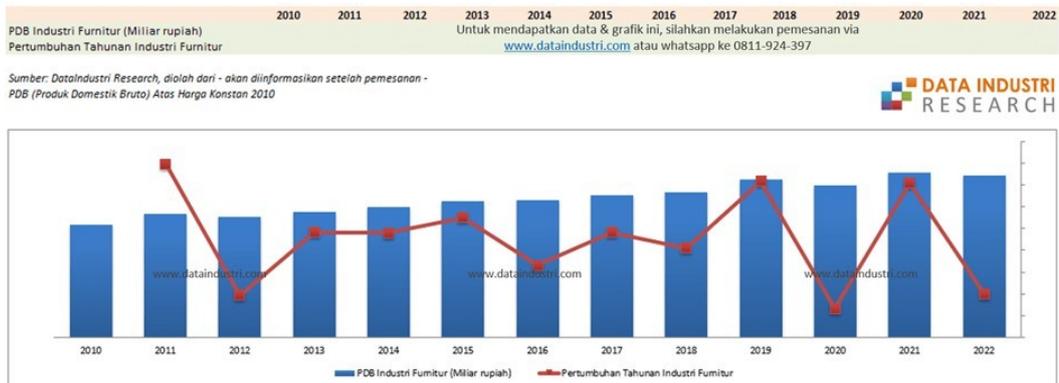
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri *furniture* merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di Indonesia (Kemenperin, 2021). Hal ini disebabkan oleh karakteristiknya yang padat karya dan berorientasi ekspor. Dalam industri ini, banyak tenaga kerja terlibat dalam berbagai tahap produksi, dari pengolahan kayu hingga pembuatan perabot rumah tangga. Tren *custom furniture* dari hasil karya tangan manusia seperti mebel yang bermotif tertentu juga semakin melibatkan keberadaan manusia dalam pengembangan usaha ini. Kepadatan karya dalam proses operasionalnya akan membuka peluang pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Potensi ekspor juga menjadi daya tarik utama, karena produk-produk *furniture* bukan hanya memenuhi kebutuhan domestik, tetapi juga diminati oleh pasar internasional. Produk *furniture* dari Indonesia tidak hanya dilirik oleh konsumen dalam negeri, tetapi juga dilirik oleh konsumen dari luar negeri yang membuat berbagai produk diekspor ke luar negeri.

Industri *furniture* juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Pertumbuhan PDB dalam sektor ini cenderung meningkat setiap tahun. Berdasarkan data yang diteliti oleh Data Industri Research PDB yang didapat negara karena industri *furniture* sepanjang tahun 2011 hingga tahun 2022 cenderung mengalami kenaikan, meskipun pertumbuhannya cenderung naik turun dari tahun ke tahun. Ini juga menunjukkan adanya daya beli yang masih tinggi untuk berbagai produk *furniture*. Dengan demikian, industri *furniture* di Indonesia tidak hanya menguntungkan bagi para pelaku bisnisnya, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian negara.

Tren Data Pertumbuhan Industri Furnitur di Indonesia, 2011 - 2022



Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan Industri Furnitur di Indonesia Tahun 2011-2022

Sumber : Website Data Industri Research

Dari dalam negeri, industri *furniture* telah menunjukkan tingkat ketahanan yang tinggi, terutama dalam menghadapi tantangan eksternal seperti pandemi Covid-19. Meskipun mengalami kontraksi pada triwulan I tahun 2020, industri ini berhasil pulih dengan peningkatan kinerja sebesar 8,04% pada periode yang sama tahun 2021 (Kemenperin, 2021). Ketahanan ini terbilang cukup baik dibanding industri lain seperti pariwisata yang harus terhenti pada saat Pandemi Covid-19 karena kebijakan pembatasan sosial berskala besar oleh pemerintah. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia mengungkapkan bahwa ketahanan industri ini merupakan sumbangsih domestik. Pasalnya, pada saat pandemi Covid-19 menutup gerbang ekspor Indonesia ke negara lain sehingga menutup peluang ekspor untuk berbagai produk *furniture*. Di sisi lain, muncul kebiasaan baru akibat masyarakat yang diharuskan lebih banyak melakukan aktivitas di rumah. Kebiasaan baru tersebut adalah memperindah atau menata kembali rumah mereka. Masyarakat menggunakan waktu untuk berpikir tentang cara merenovasi estetika di rumah sehingga meningkatkan permintaan dari dalam negeri atas *furniture* (Kemenperin, 2021). Tidak hanya dari konsumen per individu, peningkatan sektor lain seperti sektor pariwisata di Indonesia juga turut meningkatkan permintaan dari dalam negeri untuk

berbagai produk *furniture*, misalnya tempat tidur, meja, atau kursi. Hal ini menunjukkan fleksibilitas dan adaptabilitas industri *furniture* dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi global (Kemenperin, 2021).

Lebih lanjut, industri ini juga berdampak bagi peningkatan devisa negara. Banyak dari hasil barang setengah jadi atau jadi dari industri ini diekspor ke negara lain. Pada tahun 2020, ekspor dari industri *furniture* mencapai USD1,91 miliar, mengalami peningkatan sebesar 7,6% dari tahun sebelumnya. Amerika Serikat, Jepang, Belanda, Belgia, dan Jerman menjadi negara tujuan utama ekspor produk *furniture* Indonesia (Kemenperin, 2021). Hal ini menunjukkan potensi besar untuk meningkatkan pasar dan meningkatkan industri *furniture*, baik di dalam maupun di luar negeri. Industri *furniture* di Indonesia memiliki prospek serta potensi yang cerah untuk terus berkembang dan memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi negara dan masyarakatnya. Hal ini didukung dengan faktor seperti pasar yang besar dan dukungan dari sumber daya alam Indonesia yang kaya.

Pertumbuhan dan ketahanan industri *furniture* juga didukung oleh sumber daya alam yang melimpah di Indonesia, terutama kayu. Indonesia merupakan negara yang dianugerahi iklim tropis oleh yang Maha Kuasa. Hal ini membuat lingkungan Indonesia menjadi ideal untuk pertumbuhan berbagai pohon. Kayu dari berkualitas tinggi hingga berkualitas rendah yang dapat digunakan sebagai bahan baku membuat *furniture* pun ada dan tersebar di berbagai wilayah Indonesia sehingga membuat penyebaran industri ini berpeluang besar pada keseluruhan wilayah Indonesia. Salah satu kayu berkualitas tinggi yang tumbuh di Indonesia adalah rotan. Indonesia merupakan negara yang menjadi penghasil 80% dari keseluruhan bahan baku rotan dunia. Rotan ini dipasok dari berbagai daerah di Indonesia, seperti Kalimantan, Sumatera, dan Sulawesi (Kemenperin, 2021). Oleh karena itu, keberlanjutan industri ini dapat dijaga dengan mengelola sumber daya alam secara bijak dan menjaga kelestariannya.

Ketersediaan bahan baku dari alam, bersama dengan kreativitas para pengrajin di Indonesia serta produk berwawasan lingkungan yang membuat produk *furniture* dari Indonesia memiliki keunggulan kompetitif dibanding negara lain (Triyatna S. O., 2022) Ketersediaan bahan baku diikuti dengan pelestarian untuk penggunaannya sehingga pasokan bahan baku akan membuat siklus yang berkelanjutan. Pemanfaatannya juga dilakukan dengan cara tertentu sehingga tidak merusak alam serta membuat bahan baku tersebut tidak mengalami kerusakan. Di samping itu, berbagai warisan budaya di negara Indonesia melimpahi para pengrajin dengan berbagai kreativitas. Contohnya, di tiap daerah memiliki seni ukir kayu yang berbeda sehingga motif di setiap daerah akan berbeda. Selain itu, seni bisa diterapkan dalam produk *furniture*. Pengrajin yang banyak membuat semakin besar ide yang diimplementasikan ke dalam produk *furniture*. Dengan ini, produk *furniture* Indonesia bisa disandingkan dengan produk furnitur dari negara lain.

Keunggulan dari produk *furniture* Indonesia diperlukan oleh konsumen, seperti konsumen dari dalam negeri. Kebutuhan masyarakat Indonesia akan *furniture* berhubungan erat dengan kenyamanan, fungsionalitas, dan estetika dalam rumah mereka (Akmallia, Firmansyah, & Laksitarini, 2023). Sebagai masyarakat yang semakin urbanisasi dan berkembang, rumah menjadi tempat yang lebih dari sekadar tempat tinggal, melainkan juga menjadi ekspresi dari gaya hidup dan kepribadian. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia semakin sadar akan pentingnya memilih *furniture* yang sesuai dengan kebutuhan dan selera mereka, yang mana menjunjung tinggi kualitas dan seni yang terkandung di dalam *furniture*.

Dalam hal ini, pameran *furniture* berperan sebagai wadah yang sangat bermanfaat bagi masyarakat untuk mengeksplorasi berbagai pilihan *furniture*, melihat tren terbaru, serta membandingkan kualitas dan harga produk (Arianto & Utoyo, 2018). Pameran ini memberikan mereka kesempatan untuk merencanakan dan membeli *furniture* yang cocok dengan

ruang dan gaya hidup mereka, sehingga menjadikan rumah mereka lebih nyaman, estetis, dan fungsional. Selain sebagai tempat untuk berbelanja, pameran *furniture* juga menjadi wadah pendidikan bagi masyarakat Indonesia dalam hal memilih dan merawat *furniture* dengan bijak, menghasilkan dampak positif pada pemahaman tentang keberlanjutan dan nilai jangka panjang dalam memiliki perabotan. Dengan demikian, pameran *furniture* tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis masyarakat, tetapi juga memperkaya budaya desain dan keberlanjutan di Indonesia.

Komunikasi pemasaran atau *marketing communication* adalah proses pengiriman pesan yang dirancang dengan cermat kepada target audiens untuk mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku mereka terkait dengan suatu produk atau merek. Di dalam salah satu konsep atau unsur komunikasi pemasaran, pameran memiliki hubungan erat dengan konsep tersebut, yang merupakan strategi integral dalam dunia bisnis untuk mempromosikan produk dan layanan kepada khalayak (Fajar, 2017). Pameran *furniture*, sebagai contoh, adalah salah satu bentuk penting dari pemasaran komunikasi di mana pesan pemasaran disampaikan kepada konsumen potensial melalui visualisasi langsung. Dalam pameran ini, pengusaha dapat memamerkan produk-produk mereka dengan desain menarik, material berkualitas, dan fitur unik. Dengan demikian, pameran *furniture* menjadi alat komunikasi yang kuat untuk menginformasikan audiens tentang kualitas dan nilai produk mereka. Selain itu, melalui berbagai interaksi langsung dengan pengunjung pameran, pengusaha dapat menjelaskan manfaat produk, memberikan informasi teknis, serta merespons pertanyaan dan kebutuhan konsumen secara langsung, semua aspek penting dalam pemasaran komunikasi.

Tujuan utama komunikasi pemasaran adalah untuk menciptakan hubungan yang kuat antara merek dan konsumen, menciptakan kesadaran tentang produk atau layanan, dan memotivasi konsumen untuk melakukan tindakan yang diinginkan, seperti pembelian (Tulasi, 2012). Pameran adalah salah

satu alat yang efektif dalam strategi komunikasi pemasaran karena dapat menciptakan pengalaman nyata bagi konsumen, memungkinkan mereka melihat, merasa, dan mencoba produk langsung. Pameran menjadi cara yang krusial untuk memperkuat pesan pemasaran, membangun citra merek, dan mencapai tujuan bisnis melalui interaksi langsung dengan konsumen.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas magang yang dilakukan oleh Penulis di PT VIVERE Multi Kreasi dengan maksud untuk belajar mengenai Aktivitas Komunikasi Pemasaran di sebuah perusahaan dan mencari pengalaman mengenai bagaimana dunia kerja. Oleh karena itu, tujuan dari pelaksanaan magang yakni :

1. Mempelajari serta memahami sistem dan proses kerja *Marketing Communication* di PT. VIVERE Group
2. Mengaplikasikan konsep dan teori ilmu komunikasi yang sudah dipelajari semasa kuliah
3. Mengasah kemampuan untuk bekerja sama dengan Tim dan menciptakan *Networking*

1.3 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis berlangsung selama 640 jam kerja sesuai dengan aturan dan regulasi dari Program Studi dan Paduan MBKM Magang Track 1 Universitas Multimedia Nusantara. Masa aktivitas magang penulis dimulai dari tanggal 14 Agustus 2023 sampai akhir November 2023. Proses kerja magang dilaksanakan secara *Offline* atau *Work From Office* mulai dari Jam 08.30 - 18.30. Penulis juga wajib mengikuti pelaksanaan event yang diadakan oleh Perusahaan IDEMU By VIVERE atau PT. VIVERE Multi Kreasi lainnya saat diluar hari dan jam kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus

1. Menghadiri seminar magang yang diadakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara secara luring.
2. Melakukan Bimbingan dengan Dosen Pembimbing yakni Bapak Irwan Fakhruddin mengenai bagaimana agar dapat memulai magang dan selesai tepat waktu
3. Mengajukan Memo Pengecualian kepada Kaprodi dikarenakan adanya ketentuan khusus yang perlu penulis lakukan
4. Mengisi *Internship Track 1* pada saat mengisi Pra-KRS dan KRS di my.umn.ac.id
5. Mengisi *form* KM-01 untuk mendapatkan persetujuan dari Kepala Program Studi untuk magang di Perusahaan yang diajukan, yang kemudian persetujuan tersebut diperoleh dalam bentuk *form* KM-02 sebagai surat pengantar yang diajukan ke Perusahaan tempat magang.
6. Mengirimkan *form* KM-02 (Surat Pengantar Magang) ke Perusahaan tempat magang untuk mendapatkan *Acceptance Letter* dari Perusahaan
7. Melakukan Proses Registrasi di [website merdeka.umn.ac.id](http://website.merdeka.umn.ac.id)
8. Mengisi form KM-03 yakni Kartu Kerja Magang, mengisi secara rutin Lembar Kehadiran Kerja Magang, dilanjutkan dengan mengerjakan Lembar Laporan Realisasi Kerja dan akan dinilai pada saat Sidang Magang. Setelah semua itu dilakukan oleh penulis, tahap terakhir yakni melakukan Verifikasi Laporan Magang sesuai dengan ketentuan untuk kebutuhan selama proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1. Penulis mengirimkan CV (*Curriculum vitae*) ke HRD Perusahaan VIVERE Group melalui *Email*
2. Penulis dihubungkan oleh HRD VIVERE Group melalui *Whatsapp* untuk diajak berbincang melalui voice call whatsapp mengenai posisi yang akan ditempati selama magang dan *jobdesc* posisi tersebut
3. Penulis diundang untuk datang ke kantor yang berada di Gedung SOUTH78 untuk melakukan wawancara dengan user secara langsung dan membahas mengenai tujuan kerja magang dan *jobdesc* posisi yang akan ditempati
4. Penulis perlu menunggu kabar selanjutnya apakah penulis diterima di perusahaan
5. HRD VIVERE Group menginformasikan bahwa Penulis diterima untuk magang dan menentukan kapan akan memulai proses kerja magang
6. HRD Memberikan Surat Penerimaan Magang

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Penulis bekerja sebagai *Marketing Communication Intern* di *Marketing Department* IDEMU By VIVERE
2. Dalam proses pelaksanaan dan penugasan, Penulis di dampingi secara langsung oleh Sujiwo Santoso selaku *Marketing Communication Section-Head* di IDEMU By VIVERE dan juga mendapatkan kebutuhan informasi serta arahan dari Nabila Rhuvianti selaku *Senior Marketing Communication Officer* di IDEMU By VIVERE
3. Pengisian serta penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan

mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Selama proses pembuatan laporan praktik kerja magang, Penulis dibimbing oleh Asep Sutresna selaku Dosen Pembimbing. Bimbingan pada biasanya selalu diadakan oleh Dosen Pembimbing di Perpustakaan Universitas Multimedia Nusantara
2. Laporan praktik kerja magang Penulis diserahkan kepada Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi untuk mendapatkan persetujuan.
3. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui oleh Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi akan diajukan kembali untuk mengikuti proses sidang magang

E. Setelah mengerjakan laporan praktek kerja magang dan telah disetujui, selanjutnya akan melakukan proses sidang magang.

