

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perkakas dan timbangan di Indonesia memegang peran yang vital dalam mendukung pembangunan infrastruktur dan pertumbuhan sektor manufaktur dari segi standarisasi dan kualitas produk, dan juga pengembangan teknologi dan inovasi. Permintaan akan produk-produk ini terus meningkat seiring dengan ekspansi infrastruktur yang signifikan yang dikejar oleh pemerintah Indonesia (Rahman, 2022).



Gambar 1. 1 Peningkatan Anggaran Pembangunan Infrastruktur di Indonesia

Sumber: Investor.id (2021)

Dana yang besar dialokasikan untuk pembangunan jaringan jalan tol, bandara, pelabuhan, dan proyek infrastruktur lainnya (Nuky et al., 2021). Sebagai hasilnya, permintaan terhadap perkakas dan timbangan untuk keperluan konstruksi dan pembangunan semakin meningkat.

Selain itu, pertumbuhan pesat dalam sektor manufaktur juga turut mendorong permintaan terhadap perkakas dan timbangan. Industri manufaktur di Indonesia terus berkembang pesat, didorong oleh kebijakan pemerintah untuk mendukung investasi dan ekspansi bisnis. Dalam proses produksi, perkakas dan timbangan menjadi sangat penting untuk memastikan efisiensi dan kualitas produksi yang tinggi.

Tidak hanya itu, kesadaran akan pentingnya keselamatan kerja juga semakin meningkat di kalangan masyarakat (Sapitri, 2022). Semakin banyak perusahaan yang memprioritaskan keselamatan kerja bagi karyawan mereka, yang berdampak langsung pada permintaan

terhadap perkakas dan timbangan yang aman dan berkualitas. Permintaan akan produk-produk ini tidak hanya berasal dari sektor industri, tetapi juga dari sektor komersial dan konsumen yang semakin menyadari pentingnya standar keselamatan yang tinggi.

Secara keseluruhan, kombinasi dari investasi infrastruktur yang besar, pertumbuhan industri manufaktur, dan kesadaran akan keselamatan kerja yang meningkat, menjadi pendorong utama dalam pertumbuhan permintaan terhadap produk perkakas dan timbangan di Indonesia. Hal ini memberikan peluang besar bagi perusahaan-perusahaan di sektor ini untuk berkembang dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

Berdasarkan data yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), terlihat bahwa pada tahun 2023, nilai impor produk perkakas dan timbangan ke Indonesia mencapai USD 1,5 miliar. Angka ini menyoroti ketergantungan Indonesia pada impor untuk memenuhi kebutuhan produk tersebut. Fenomena ini menggambarkan tantangan yang dihadapi oleh industri perkakas dan timbangan dalam negeri dan kaitannya dengan strategi pemasaran. Di era digital saat ini, peran pemasaran menjadi semakin vital dalam mencapai tujuan bisnis. Hal ini dikarenakan konsumen memiliki akses yang luas terhadap informasi dan banyak pilihan. Oleh karena itu, perusahaan harus mengadopsi strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan. Salah satu fenomena yang harus diperhatikan dalam industri perkakas dan timbangan adalah persaingan yang semakin ketat. Banyak perusahaan menawarkan produk dengan kualitas dan harga yang kompetitif. Hal ini menuntut perusahaan untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam strategi pemasarannya, baik melalui diferensiasi produk maupun penyampaian pesan yang menarik. Fenomena lain yang harus diperhatikan adalah pergeseran perilaku konsumen. Konsumen modern cenderung aktif di media sosial dan mencari informasi produk secara online (Yoga, 2023). Oleh karena itu, perusahaan harus memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk menjangkau konsumen potensial, membangun kesadaran merek, dan mempromosikan produknya dengan efektif.

Dari uraian tersebut, jelas bahwa sektor industri perkakas dan timbangan di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, untuk berhasil di pasar yang kompetitif, perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang cerdas dan adaptif, memanfaatkan kekuatan digital dan memahami perubahan perilaku konsumen.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang atau internship adalah sebuah program yang diselenggarakan oleh institusi pendidikan tinggi, seperti universitas atau perguruan tinggi, yang bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa. Melalui program kerja magang ini, mahasiswa memiliki kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang mereka dapatkan selama studi ke dalam konteks dunia kerja yang sesungguhnya.

Maksud dari program kerja magang ini adalah untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang kegiatan pemasaran di industri timbangan dan perkakas pertukangan, serta untuk memperoleh pengalaman praktis yang relevan dengan bidang pekerjaan di divisi pemasaran PT. Huinindo Multi Niagatama. Beberapa tujuan konkretnya termasuk:

1. Menambah pengalaman praktis dan pemahaman tentang strategi pemasaran di industri timbangan dan perkakas pertukangan.
2. Mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh selama kuliah dalam konteks dunia kerja di divisi pemasaran.
3. Beradaptasi dengan lingkungan kerja yang sesungguhnya dan memperluas jaringan relasi di industri tersebut.
4. Memahami secara langsung proses kerja dan tugas-tugas yang terlibat dalam divisi pemasaran PT. Huinindo Multi Niagatama.
5. Mengimplementasikan kemampuan analisis produk, manajemen media sosial, dan strategi pemasaran dalam konteks industri timbangan dan perkakas pertukangan.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Program magang atau internship di PT. Huinindo Multi Niagatama dimulai pada tanggal 19 Februari 2024 dan berakhir pada 31 Mei 2024, dengan durasi total 3 bulan. Selama periode tersebut, saya diharapkan untuk bekerja di kantor pusat PT. Huinindo Multi Niagatama dengan metode Work From Office. Kegiatan ini akan dilakukan setiap hari Senin hingga Sabtu, dimulai pukul 08.00 hingga 20.00. Total durasi kerja yang

diharapkan adalah sebanyak 640 jam, sesuai dengan panduan magang MBKM dan petunjuk yang diberikan oleh Program Studi Manajemen.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Saya mengikuti sesi pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen melalui platform Zoom.
2. Saya meminta pihak Layanan Mahasiswa untuk mengakses transkrip nilai saya dari semester 1 hingga semester 5 melalui portal Gapura.
3. Saya melengkapi formulir KRS magang di situs myumn.ac.id dengan persyaratan menjadi mahasiswa aktif, memiliki IPK minimal 2,50, telah menyelesaikan minimal 90 SKS, tidak memiliki nilai D & E, dan telah menghadiri pembekalan magang.
4. Saya mengisi Form KM-01 yang diminta sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan Form KM-02.
5. Setelah itu, saya mengirimkan Transkrip Nilai dan Form KM-01 kepada staf Biro Akademik (BIA), yang kemudian menerbitkan Form KM-02 sebagai surat pengantar magang.
6. Saya mengisi formulir registrasi di situs web merdeka.umn dengan data perusahaan tempat saya akan melakukan magang.
7. Selanjutnya, saya mendownload Form KM-03 (Daily Task), KM-04 (Lembar Verifikasi Laporan Magang), dan Form Konsultasi Magang untuk keperluan pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1. Penulis melakukan pendaftaran internship dengan mengirimkan surat lamaran, beserta Curriculum Vitae (CV) ke huinindo@gmail.com pada tanggal 20 Januari 2024.
2. Penulis dipanggil untuk menjalani Interview tatap muka pada tanggal 10 Februari 2024.
3. Penulis menerima pernyataan diterima untuk kerja pada tanggal 15 Februari 2024.

4. Penulis mulai bekerja di PT Huinindo Multi Niagatama pada tanggal 19 Februari 2024.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Selama masa internship, saya menjabat sebagai Staff Marketing Intern dan menjalankan tugas-tugas yang telah ditentukan oleh Bapak Dhani, yang bertindak sebagai Kepala Cabang dan memberikan arahan kepada saya.