

# BAB I

## PENDAHULUAN

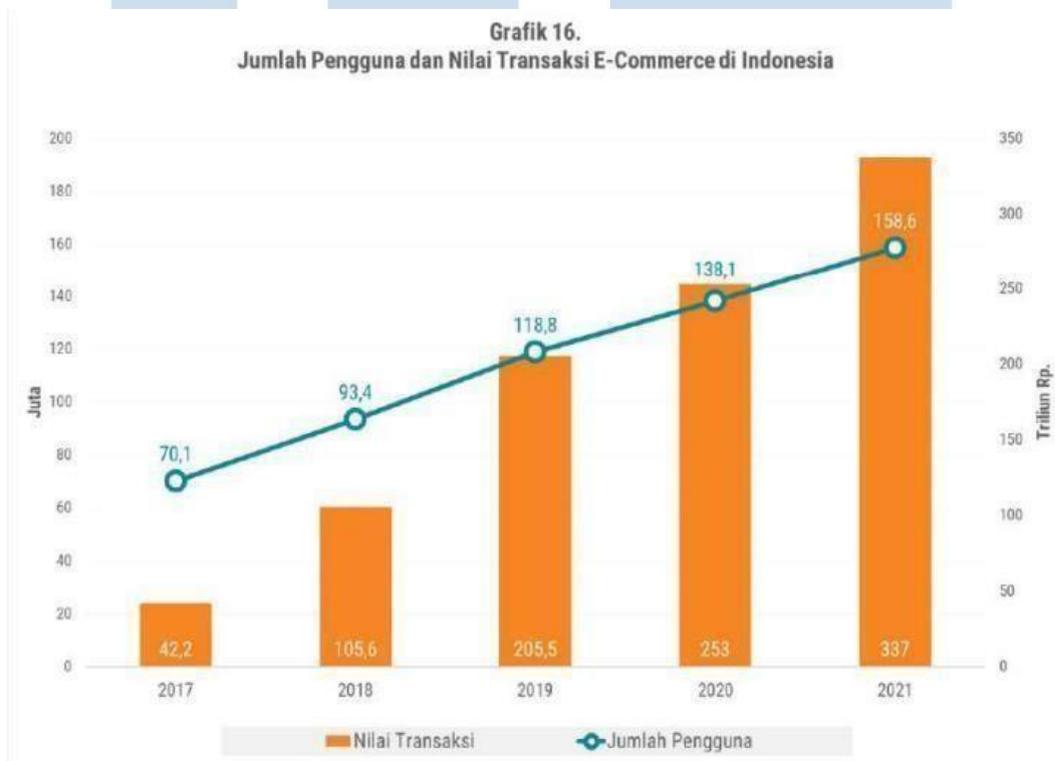
### 1.1 Latar Belakang

Industri pulp dan kertas ini dapat memiliki prospek dimasa yang akan mendatang dan menjadi sebuah komoditas yang menarik bagi Indonesia. Produk industri kehutanan ini telah terbukti memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomu dan pembangunan yang cukup besar. Dengan latar belakang Indonesia yang merupakan Negara dengan kutan tropis, sangat dapat mendukung ketersediaan bahan baku untuk industri pulp dan kertas.

Industri pulp dan kertas ini juga merupakan industri yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Produknya seperti kertas, tisu, dan kemasan memiliki berbagai fungsi yang tak tergantikan. Namun, di balik pentingnya industri ini, terdapat beberapa hal yang perlu menjadi perhatian, seperti kebutuhan yang terus meningkat karena seiring dengan pertumbuhan penduduk dan kemajuan teknologi, kebutuhan terhadap produk kertas terus meningkat. Hal ini memicu peningkatan produksi pulp dan kertas. Perkembangan ini didukung oleh bahan baku yang dimiliki oleh APP Sinarmas, yang dimana memiliki hutan tanam sendiri yang dapat memproduksi tanaman dengan menerapkan budidaya kehutanan untuk memenuhi bahan baku.

Peningkatan industri pulp dan kertas ini didukung juga dengan dengan kegiatan Impor dan Ekspor. Menurut Badan Pusat Statistik, Ekspor pulp dan kerta mengalami kenaikan dari tahun 2021 kepada tahun 2022. Kenaikan ekspor pulp sebesar 10,2% yang bernilai US\$ 3,2 miliar, sedangkan untuk kenaikan ekspor kertas sebanyak 7,8% yang mencapai US\$ 2,1 miliar dari tahun. Untuk kenaikan impor dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2022, kenaikan impor untuk pulp sebesar 12,4% yang mencapai US\$ 1,5 miliar, sedangkan untuk kenaikan impor pada kertas sebesar 8,9% yang mencapai US\$ 1,3 miliar. Data kenaikan untuk ekspor dan impor ini diambil dari Badan Pusat Statistika (BPS).

Peluang industri pulp dan kertas ini memiliki prospek yang cukup baik dan berpeluang untuk kedepannya. Peningkatan prospek permintaan kertas dan tisu disebabkan meningkatnya tren belanja daring melalui *e-commerce* dan perkembangan tren hidup sehat. Menurut Bank Indonesia pada tahun 2020 meningkat sebesar 23,1% jika dibandingkan dengan tahun 2019 dan diprediksi lebih tinggi lagi pada tahun 2021 sebesar 33,2%. Penggunaan *e-commerce* juga berkembang pesat pada tahun 2021 sebanyak 158,6 juta pengguna dari sekitar 70,1 juta pengguna pada tahun 2017.



Gambar 1. 1 Statistika Pengguna dan Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia

Sumber : kemenprin.go.id

Berkembangnya penggunaan *e-commerce* ini tidak lepas dari keterbatasan mobilitas masyarakat dengan kebijakan pemerintah dalam menekan laju perkembangan virus COVID-19, sehingga masyarakat cenderung melakukan transaksi secara daring. Di dalam industri pulp dan kertas ini, terdapat perusahaan komersil yang bergerak dibidang yang sama, seperti PT Suparma Tbk, PT Fajar Surya Wisesa Tbk, PT Alkindo Naratama Tbk, dll.

Dengan meningkatnya perindustrian pulp dan kertas, persaingan ketat akan terus meningkat, sehingga mendorong pendekatan terhadap pelanggan yang dapat memperkuat serta meningkatnya persaingan ketat. Dari beberapa perusahaan yang bergerak dibidang pulp dan kertas bisa disimpulkan bahwa kompetitor yang saat ini sedang menjadi pembahasan oleh PT. Indah Kiat merupakan PT. Suparma Tbk, hal ini karena produk yang dimiliki oleh kedua perusahaan tersebut memiliki kesamaan. Salah satunya dengan reputasi dan daya saing yang baik, kedua belah pihak mampu berkompetisi dan terus berkembang.

Maka dari itu, pekerja magang dapat melakukan praktik kerja magang yang progresif pada APP sinarmas. Dalam praktiknya pembuatan strategi penjualan untuk Sales area dan Sales telemarketing pada divisi *sales capability*, seperti berkomunikasi dengan data analis dan marketing communication agar kampanye yang sudah dibentuk dapat berjalan dengan baik, seperti melalui *coaching*. Dengan begitu, tugas tersebut dibantu oleh *sales capability intern* dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan untuk APP Sinarmas. Dalam hal ini seorang *Sales Capability* juga menerapkan ilmu-ilmu komunikasi untuk membantu peningkatan penjualan.

Menurut (Helwen Heri, 22) *Sales Promotion* dapat di definisikan sebagai suatu alat yang dirancang untuk mendorong konsumen dalam membeli suatu produk dalam kapasitas yang lebih banyak. *Sales Promotion* ini merupakan sebuah cara untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada para konsumen, dan juga promosi penjualan ini memiliki beberapa indicator, seperti frekuensi promosi, kualitas promosi, kuantitas promosi, waktu promosi, dan ketepatan sasaran promosi. Selain *Sales Promotion*, dalam *Sales Capability* pemasaran langsung ataudisebut dengan *Direct Marketing*, menurut Kolter dan Armstrong dalam (Dhani, 2021) yang merupakan bentuk pemasaran dimana melibatkan komunikasi secara langsung terhadap para konsumen dalam upaya membujuk para konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut (Tjiptono, 2017), *Direct Marketing* dibedakan menjadi 3 indikator yaitu:

1. Pemasaran Sasaran merupakan praktik mengarahkan upaya pemasaran ke bagian populasi yang sangat khusus, hal ini dapat dicapai melalui retensi pelanggan dan kemampuan untuk melibatkan Kembali pelanggan yang tidak aktif.
2. Akses informasi yang berarti bahwa setelah pengguna menguji situs web tertentu, orang tersebut diberikan akses ke informasi tertentu termasuk spesifikasi produk, informasi mengenai pembelian, dan sebagainya.
3. Kreativitas dalam hal ini mengacu kepada desain web yang menarik untuk meningkatkan minat pengunjung terhadap produk yang dijual.

Dengan hal ini para sales dapat mengetahui cara untuk meningkatkan penjualan dengan melakukan komunikasi yang baik dan benar kepada para pelanggan.

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

Pelaksanaan magang bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas industri pada penjualan pulp dan kertas, khususnya dalam kaitannya dengan peran *Sales Capability*

1. Mengetahui proses kerja *Sales Capability* di APP Sinarmas dalam bisnis unit PT Univenus.
2. Mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan pada pembuatan strategi pemasaran dan penjualan pada *Sales Capability* di APP Sinarmas pada bisnis unit PT Univenus.
3. Meningkatkan keterampilan komunikasi dan kerjasama tim pada *Sales Capability* di APP Sinarmas pada bisnis unit PT Univenus.

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

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

AKTIVITAS	TAHUN 2023	TAHUN 2024						
	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Pembekalan Magang								
Mengisi KRS								
Pengajuan KM-01								
Pengajuan CV								
Interview praktik kerja magang								
Penerimaan praktik kerja magang								
Pelaksanaan praktik kerja magang								
Pelaksanaan Bimbingan Laporan Magang								
Sidang laporan praktik kerja magang								

Table 1. 1 Table Gantt Chart

Sumber : Olahan Penulis (2024)

#### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada Januari sampai Juli 2024 dengan dirasi delapan puluh hari atau enam ratus empat puluh jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Tranck 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi. Waktu Kerja magang yang ditentukan oleh perusahaan sendiri adalah sebagai berikut.

Hari/Tanggal : Senin-Jumat

Waktu kerja magang : 08.00-17.00

#### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

##### A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di [www.gapura.umn.ac.id](http://www.gapura.umn.ac.id).
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.

- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.
- B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang
- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kepada Recruiter Team APP Sinarmas melalui email pada 12 Desember 2023.
  - 2) Proses penerimaan praktik kerja magang dimulai dengan melakukan tahap wawancara pertama bersama HRD dan User APP Sinarmas pada tanggal 12 Desember 2023, hingga menerima pesan lolos seleksi melalui akun whatsapp Recruitment Team APP Sinarmas pada tanggal 2 Januari 2024 dan mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 9 Januari 2024 yang ditanda tangani oleh Lim, Rini Haryono selaku Head Departement.
- C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang
- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Sales Capability Intern.
  - 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Sales Capability Supervisor, Bela Kirali selaku Pembimbing Lapangan.
  - 3) Pengisian dan 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) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Nathaniel Antonio selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan tatap muka.
  - 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
  - 3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.