

BAB I

PENDAHULUAN

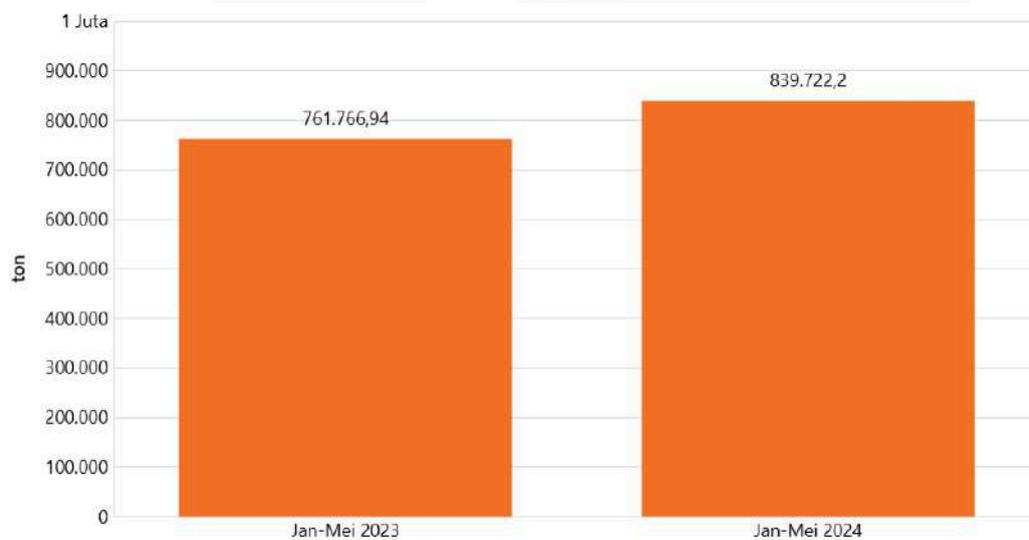
1.1. Latar Belakang

Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) telah memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia sejak tahun 1930-an, dimulai dari pabrik-pabrik kecil yang berfokus pada pemintalan kapas. Setelah kemerdekaan, sektor ini menjadi prioritas pemerintah sebagai sektor strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Pada tahun 1960-an, kebijakan substitusi impor diberlakukan untuk memperkuat pasar domestik, dan pada tahun 1970-an, industri ini mencapai perkembangan yang signifikan karena masuknya investasi asing dan pembangunan infrastruktur ekspor (Kemenperin, 2022) Indonesia semakin dikenal sebagai negara produsen tekstil utama di Asia Tenggara.

Pada tahun 1980-an, promosi ekspor pemerintah menarik sejumlah besar investasi dari negara-negara Asia seperti Jepang dan Korea Selatan, sehingga memungkinkan dilakukannya diversifikasi produk tekstil menjadi pakaian. Puncak kejayaan industri ini terjadi pada tahun 1990-an, ketika ekspor tekstil dan pakaian jadi menjadi salah satu sumber devisa utama. Namun, krisis ekonomi Asia pada akhir tahun 1990an menimbulkan tantangan besar, dimana banyak perusahaan menghadapi tekanan keuangan dan menurunnya permintaan. Pasca krisis, industri TPT mulai bangkit kembali dengan dukungan insentif pemerintah. Pada tahun 2000an, tantangan baru muncul akibat ketatnya persaingan dengan produk impor yang murah dan biaya produksi yang tinggi.

Hingga saat ini, Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) di Indonesia mengalami tantangan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data dari Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mencatat adanya penurunan jumlah tenaga kerja di sektor tekstil sebesar 7,5 persen pada tahun 2024 dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan serupa juga terjadi di sektor pakaian jadi, dengan jumlah tenaga kerja berkurang 0,85 persen secara tahunan pada tahun yang sama (CNN Indonesia, 2024).

Dalam beberapa tahun terakhir, industri ini mengalami penurunan yang cukup tajam. Salah satu penyebab utama situasi ini adalah meningkatnya arus barang impor yang memenuhi pasar dalam negeri. Produk tekstil dari luar negeri seringkali ditawarkan dengan harga yang lebih kompetitif sehingga digantikan oleh produk dalam negeri dengan kualitas serupa namun harga lebih mahal (Widyastuti, 2022)



Gambar 1.1 Grafik Kenaikan Volume Impor Tekstil dan Produk tekstil 2023-2024

Sumber: (databoks, 2024)

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat kenaikan volume impor yang mencapai angka 839,7 ribu ton yang dimana volume tersebut meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Fenomena ini mencerminkan tantangan yang dihadapi sektor TPT Indonesia, baik dari tekanan pasar internasional maupun ancaman internal di dalam negeri. Tantangan yang dihadapi industri tekstil dan produk tekstil (TPT) Indonesia memaksa perusahaan untuk beradaptasi terhadap perubahan pasar yang semakin cepat dan kompetitif. Di pasar dalam negeri, fenomena membanjirnya impor ilegal menjadi ancaman besar sehingga memaksa perusahaan TPT lokal bersaing dengan harga yang lebih murah, tanpa memperhatikan kualitas dan standar yang telah ditetapkan. Hal ini meningkatkan tekanan pada industri yang sudah berjuang dengan biaya produksi

yang tinggi. Namun, permintaan ekspor yang menurun juga menjadi salah satu alasan mengapa industri tekstil dan produk tekstil mengalami penurunan.



Gambar 1.2 Grafik Nilai Ekspor Tekstil Indonesia per Kuartal I (2023-2024)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) kinerja ekspor industri tekstil cenderung melemah pada kuartal I tahun 2024 (Januari-Mei). Nilai ekspor industri tekstil nasional turun mencapai 2,14% dibanding kuartal I tahun 2023. Penurunan ini disebabkan oleh lemahnya permintaan dari pasar internasional, terutama di negara-negara tujuan utama ekspor seperti Amerika Serikat dan Uni Eropa, serta adanya kenaikan biaya produksi akibat fluktuasi harga bahan baku dan biaya energi yang meningkat. Hal ini mempengaruhi daya saing produk tekstil nasional di pasar global, meskipun industri domestik berupaya meningkatkan inovasi dan diversifikasi produk untuk menarik pembeli potensial.

Dalam konteks ini, peran marketing dan merchandising menjadi sangat krusial untuk membantu perusahaan-perusahaan tekstil dalam menghadapi tantangan ini. Pemasaran yang efektif dapat membantu menarik kembali minat konsumen terhadap produk lokal. Selain itu, strategi merchandising yang baik dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan mendorong penjualan produk (Hidayat, 2023).

Salah satu tantangan terbesar dalam pemasaran adalah memahami perilaku dan preferensi konsumen. Perusahaan-perusahaan tekstil perlu melakukan riset pasar untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan cara ini, perusahaan dapat menyesuaikan produk dan strategi pemasarannya agar lebih relevan di mata konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Sari, 2023). Inovasi dalam desain dan kualitas produk menjadi kunci bagi perusahaan untuk bersaing dengan produk impor. Perusahaan perlu berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan produk untuk mengikuti tren yang ada. Hal ini tidak hanya membantu mempertahankan pangsa pasar tetapi juga memberikan peluang untuk meningkatkan profitabilitas dan daya saing di pasar (Mulyadi, 2023).

Penting bagi perusahaan-perusahaan tekstil untuk mengembangkan rencana pemasaran yang terintegrasi. Rencana ini harus mencakup analisis SWOT yang mendalam, strategi pemasaran yang jelas, serta rencana aksi yang realistis dan terukur. Dengan pendekatan yang sistematis, perusahaan dapat lebih siap menghadapi tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang yang muncul di pasar (Silviana, 2023). Keseimbangan antara inovasi produk dan pengelolaan pemasaran yang efektif menjadi kunci untuk mencapai tujuan tersebut (Gunawan, 2022)

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan penulis melakukan kerja magang di PT Argo Manunggal Triasta adalah untuk memenuhi mata kuliah MBKM *track* 1 dengan syarat 640 jam kerja. Kegiatan magang ini merupakan salah satu kegiatan yang harus diikuti oleh mahasiswa sebagai bagian dari kurikulum Universitas Multimedia Nusantara untuk memenuhi syarat kelulusan. Adapun tujuan yang penulis harapkan dalam mengikuti kegiatan magang antara lain:

1. Menerapkan ilmu-ilmu dan pengetahuan yang sudah didapatkan selama menempuh pendidikan di Universitas Multimedia Nusantara kedalam dunia kerja profesional.
2. Mengembangkan keterampilan untuk masa depan, antara lain kemampuan berkolaborasi dalam tim, mengatur waktu secara efektif, dan

meningkatkan keterampilan komunikasi yang mendukung kinerja yang optimal.

3. Meningkatkan pemahaman mengenai dunia kerja profesional dengan mempelajari dan menerapkan etika dan budaya kerja sebagaimana diterapkan di lingkungan perusahaan, untuk meningkatkan kemampuan beradaptasi dan profesionalisme dalam berkarir.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu kerja magang dilakukan per tanggal 15 Juli 2024 sampai dengan 30 November 2024 dengan jam kerja mulai dari pukul 08.30 - 17.00 WIB dari hari Senin - Jumat setiap minggunya. Kegiatan magang dilakukan secara WFO (*Work From Office*) dan agar penulis mendapatkan pengalaman kerja magang secara langsung di kantor.

Dalam melaksanakan magang, penulis telah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan oleh kampus seperti minimal IPK, jumlah SKS yang sudah dilampaui, dan juga melunaskan biaya administrasi. Sebelum memulai kegiatan magang, penulis mengajukan Surat Pengantar Kerja Magang yang telah ditandatangani oleh ketua program studi untuk diajukan ke PT Argo Manunggal Triasta sebagai tempat pelaksanaan magang. Pengajuan tersebut juga disertai dengan *Curriculum Vitae*. Penulis telah mengikuti tes wawancara sebagai salah satu syarat untuk diterima magang. Sebagai bukti penerimaan magang, penulis menerima *Letter of Acceptance* dari PT Argo Manunggal Triasta, yang selanjutnya dikirimkan kembali ke Universitas Multimedia Nusantara. *Letter of Acceptance* ini diperlukan agar penulis dapat melanjutkan pengisian registrasi. Setelah berhasil registrasi, penulis mengisi *daily task* sebagai laporan harian dalam kerja magang.

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