

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu yang termasuk ke dalam Industri manufaktur adalah mebel atau furnitur seperti mengolah bahan baku kayu, rotan, dan material lainnya menjadi produk dengan nilai tinggi. Industri ini dituntut untuk mampu bersaing di pasar, baik di tingkat lokal maupun internasional. Seperti yang pernah diberitakan oleh Solopos berdasarkan pernyataan Asmido Komda Klaten periode 2016-2021, pengusaha mebel Klaten menghadapi tantangan besar dalam era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Dengan keterbatasan modal dan inovasi, mereka harus bersaing dengan produk-produk mebel dari negara-negara ASEAN lainnya. Oleh karena itu, industri mebel perlu meningkatkan daya saingnya dalam hal harga dan kualitas, di mulai dari persaingan lokal sebelum merambah ke pasar internasional (Ahmad Ismail, 2016).

Dicetuskan oleh bahwa strategi pemasaran adalah keputusan yang ditetapkan oleh perusahaan terkait cara menyampaikan nilai produk atau layanan kepada klien untuk mencapai target tertentu. Kotler dan Armstrong (2012) merujuk dari Marini, Aprilia, dan Faot (2021) tentang strategi pemasaran yang dikelompokkan ke dalam lima kategori: periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relations*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Dengan kemajuan teknologi yang terus berlangsung, media sosial menjadi salah satu metode pemasaran yang dapat dikembangkan dan dimanfaatkan secara efektif, terutama dalam konteks media digital, sebagaimana disampaikan oleh Li, Larimo, dan Leonidou (2020). Maka dari itu, perusahaan wajib bersikap adaptif terhadap perkembangan yang ada agar dapat bersaing di pasar. Tidak hanya perusahaannya, namun pekerja kreatif seperti seniman dan desainer harus mencari metode baru untuk memasarkan produk atau jasa mereka, salah satunya dengan digitalisasi

industri.

Adaptasi terhadap digitalisasi ini dapat dilakukan melalui pemanfaatan perangkat lunak dan aplikasi baru yang menghasilkan *output digital*, sehingga mampu menjangkau audiens secara luas serta menciptakan peluang baru. Industri manufaktur, berupa furnitur serta perlengkapan rumah merupakan salah satu sektor usaha yang memanfaatkan adaptasi digitalisasi melalui karya seni dan desain, baik secara nyata maupun digital. PT Vivere Multi Kreasi sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur kreatif, di mana menawarkan berbagai macam produk dan jasa dengan desain yang menarik dan harga terjangkau. Oleh karena itu, PT Vivere Multi Kreasi yang di bawah VIVERE Group ini membutuhkan sejumlah tim kreatif untuk menciptakan kreasi berupa furnitur dan dekor, serta memasarkannya secara massal.

Penulis memutuskan untuk memulai karirnya sebagai *Graphic Designer Intern* di PT Vivere Multi Kreasi karena minat yang besar terhadap industri kreatif, khususnya estetika furnitur dan dekor rumah. Di sini penulis juga mempelajari bagaimana perusahaan mengoptimalkan bahan-bahan mentah menjadi produk berkualitas untuk diekspor secara mendunia. Selain itu, ketertarikan terhadap budaya kerja korporat mendorong semangat penulis untuk mendaftarkan dirinya di VIVERE Group. Penulis ditempatkan di salah satu grup perusahaan milik VIVERE Group yaitu PT Vivere Multi Kreasi, di mana diwajibkan bekerja *under pressure* selama 5 hari, tepatnya di kantor SOUTH78 – Gading Serpong. Dengan bekerja secara *Work from Office (WFO)*, penulis dapat mengaplikasikan seluruh kemampuan teknis dan keterampilan umum yang telah dipelajari selama enam semester di kampus ke dalam praktik kerja nyata. Melalui kesempatan emas ini, penulis memperoleh banyak sekali pengalaman hidup yang tak akan terlupakan dan tentunya, proses magang ini dapat menjadi bekal persiapan untuk kehidupan setelah menyelesaikan perkuliahan.

## **1.2 Tujuan Magang**

Maksud dan tujuan penulis mengikuti program magang ini adalah:

1. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
2. Mendapatkan pengalaman praktis dan mempelajari alur budaya kerja korporat, tepatnya di PT Vivere Multi Kreasi.
3. Menerapkan *hard skills*, terutama ilmu desain yang telah dipelajari di kampus ke dalam situasi nyata di tempat kerja.
4. Mengembangkan *soft skills*, seperti teamwork, problem solving, dan time management.
5. Menerima umpan balik dari *Supervisor* dan *Manager* untuk pengembangan diri.
6. Membangun koneksi dengan profesional di industri yang dapat menunjang masa depan.
7. Menambah portofolio pengalaman kerja, khususnya di bidang desain.
8. Meningkatkan peluang karir untuk mendapatkan pekerjaan tetap setelah menyelesaikan pendidikan sarjana.

Maka dari itu, mahasiswa atau fresh graduate wajib mengikuti program magang agar dapat memperluas pengetahuan dan mempersiapkan diri lebih baik untuk memasuki dunia kerja.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang**

Berikut ini adalah detail waktu kerja beserta prosedur pelaksanaan magang, mulai dari mengajukan tempat magang di situs [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id) hingga berakhirnya kontrak magang:

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang**

Penulis melaksanakan program magang sebagai *Intern Graphic Designer* di PT Vivere Multi Kreasi dengan total waktu lebih dari 640 jam, di mana sudah melebihi batas minimal jam kerja yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara.

Periode magang berlangsung selama enam bulan, sesuai dengan kontrak kerja yang berlaku yaitu penulis telah resmi diterima dan memulai karirnya sejak tanggal 19 Juli 2024 hingga 18 Januari 2025.

Untuk ketentuan magang, penulis wajib selalu hadir di kantor atau *Work from Office (WFO)* yang berlokasi di Gading Serpong, tepatnya di SOUTH78 - Property Concept of VIVERE Group. Pelaksanaan dilakukan setiap hari, dari hari senin sampai jumat tiap jam 09:00 – 18:00 WIB (*8 hours of work and 1 hour for break time*).

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Penulis memulai prosedur pelaksanaan magang pada tanggal 26 April 2024 di mana ada aktivitas pembekalan magang yang merupakan prasyarat untuk MBKM Magang Merdeka *Track 1*. Aktivitas ini meliputi uraian kegiatan magang, tata cara pendaftaran, dokumen yang harus dilengkapi, serta *timeline* magang semester ganjil. Aktivitas ini meliputi uraian kegiatan magang, tata cara pendaftaran, dokumen yang harus dilengkapi, serta *timeline* magang semester ganjil. Setelah mengikuti Pembekalan Magang, tentunya penulis menjadi lebih siap menghadapi program magang ini dan mulai mendaftarkan dirinya di situs *merdeka.umn.ac.id* untuk di-*approve* oleh Koor Magang dan Kaprodi.

Pada tanggal 5 Juni 2024 penulis mempersiapkan CV dan portofolio baru, serta membangun profil LinkedIn untuk *personal branding*. Setelah itu, penulis mulai melamar magang di berbagai tempat yang sesuai dengan bidang keahlian dan memenuhi syarat Magang Merdeka *Track 1*. Penulis lolos tahap ke-1 dari seleksi lowongan magang dan dihubungi oleh tim rekrutmen VIVERE Group melalui WhatsApp, lalu ditanyakan tentang kesediaan bekerja sebagai *Graphic Designer Intern*. Penulis pun dikabarkan oleh tim rekrutmen VIVERE Group bahwa sudah lolos tahap ke-2 dari seleksi lowongan magang, kemudian melaksanakan wawancara melalui Google Meet dengan *Senior Graphic Designer (User)*. Pada wawancara tersebut penulis ditanyakan tentang data diri, pengalaman kerja, kesibukannya saat ini, dan juga kemampuan dalam mengoperasikan *software* desain grafis. Penulis memulai hari pertama magang dengan pengenalan lingkungan kerja, *handover* dengan *intern* sebelumnya, dan juga di-*brief* tentang proyek pertama.