

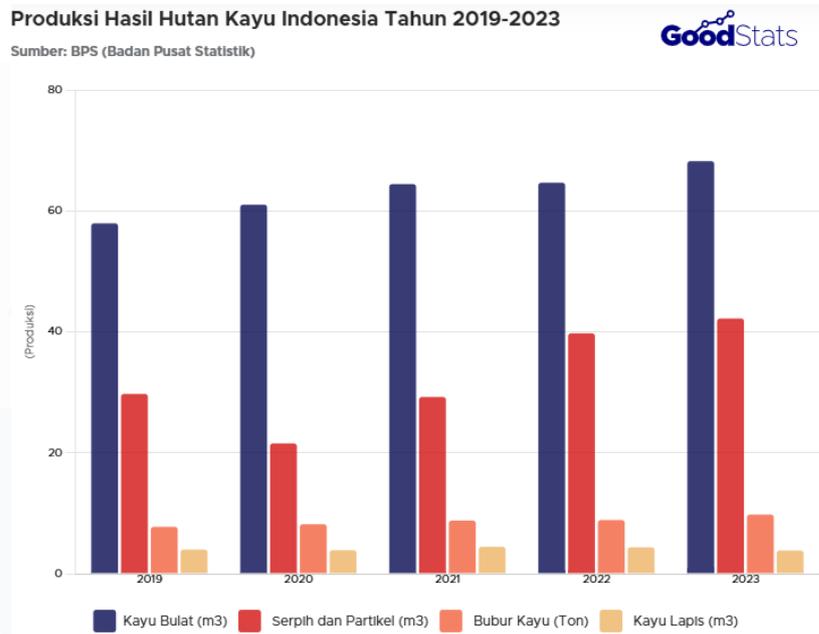
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki luas hutan terbesar di kawasan Asia Tenggara, menjadikannya memiliki keunggulan yang kompetitif dalam pasar ekspor. Pada tahun 2024 Indonesia memiliki luas hutan sebesar 915 ribu km<sup>2</sup> atau 2,3% dari luas hutan di seluruh dunia. (World Bank, 2024) Kekayaan sumber daya hutan yang dimiliki ini, menjadikan industri pengelolaan kayu di Indonesia menjadi salah satu industri penting untuk perekonomian nasional. Kekayaan sumber daya hutan yang dimiliki, telah mendorong berbagai usaha sektor kayu di Indonesia terus berkembang dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019 hingga 2023, produksi kayu bulat di Indonesia meningkat sebesar 17,76%. Pada tahun 2019, produksi kayu bulat mencapai 57.93 juta m<sup>3</sup> kemudian meningkat menjadi 68,22 m<sup>3</sup> pada tahun 2023. Peningkatan ini juga diikuti dan mempengaruhi pertumbuhan produksi dalam produk kayu olahan, seperti kayu lapis (*plywood*), pulp dan serpihan kayu serta partikel (Badan Pusat Statistik, 2024).

Produk-produk hasil olahan kayu tersebut tidak hanya diperdagangkan di dalam negeri namun juga berkontribusi besar dalam perdagangan internasional atau pasar ekspor. Ekspor merupakan kegiatan penting untuk pertumbuhan industri kayu. Ekspor dapat membuat sebuah negara memperjualbelikan produk unggulannya ke luar negeri, yang pada akhirnya dapat meningkatkan devisa negara dan daya saing dalam pasar global (Nopiana et al., 2022). Devisa yang didapatkan melalui kegiatan Ekspor dapat mendukung perekonomian dan Pembangunan dalam negeri. Ekspor dapat berpengaruh positif secara signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Febriyanti, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ekspor atau perdagangan internasional dapat memberikan manfaat positif yang signifikan bagi pertumbuhan dan stabilitas dalam ekonomi negara.



Gambar 1.1 Data Produksi Kayu Hutan di Indonesia Tahun 2019-2023

Sumber: BPS (Badan Pusat Statistik)

Produksi kayu olahan yang terus meningkat setiap tahunnya yang diikuti dengan perdagangan internasional atau pasar ekspor, menunjukkan bahwa industri ini memiliki prospek yang cerah untuk ke depannya.

Namun, untuk dapat terlibat secara legal dalam aktivitas ekspor dan memastikan kelestarian hutan, pelaku usaha di industri kayu perlu memenuhi berbagai persyaratan legalitas. Terdapat beberapa persyaratan agar usaha tersebut dapat dinyatakan legal dan berkelanjutan. Salah satu syaratnya adalah diperlukan legalitas melalui Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK). SVLK adalah sertifikasi yang diterbitkan oleh Lembaga-lembaga yang diakreditasi oleh Komite Akreditasi Nasional. Sistem ini memastikan bahwa setiap produk kayu yang diperjualbelikan, baik di dalam negeri maupun untuk keperluan ekspor, berasal dari sumber yang legal dan dikelola secara bertanggung jawab. Dengan demikian, pemenuhan aspek legal tidak hanya sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga menjadi syarat utama agar produk kayu dapat diterima di pasar ekspor global yang kini semakin menekankan aspek legalitas dan keberlanjutan.

Dalam SVLK, legalitas dibagi menjadi empat aspek utama, yaitu legalitas Perusahaan, legalitas bahan baku, legalitas ketenagakerjaan dan legalitas ekspor. Legalitas Perusahaan berisi dokumen-dokumen resmi seperti, Surat Izin Usaha (Perdagangan (SIUP), Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) atau Surat Pernyataan Pengelolaan Lingkungan (SPPL)). Legalitas bahan baku, berisi dokumen penebangan dan faktur angkutan. Legalitas ketenagakerjaan berisi pemenuhan K3 dan legalitas ekspor (*invoice* dan *packing list*). Selain SVLK, pelaku usaha di industri kayu juga harus memiliki izin sesuai jenis hutan dan kegiatan usaha yang dijalankan, seperti Pemegang Izin Usaha Pemanfaatan Hasil Hutan Kayu (IUPHHK), Pemilik Izin Pemanfaatan Kayu (IPK), Tanda Daftar Industri (TDI) dan masih banyak lagi.

Tanpa pengelolaan kayu dan sistem legalitas yang kuat dan benar, praktik dari industri ini dapat menyebabkan deforestasi yang tidak terkendali, merusak ekosistem, serta menimbulkan permasalahan sosial dan ekonomi di berbagai daerah. Oleh karena itu, legalitas seperti SVLK tidak hanya menjadi alat verifikasi, tetapi juga bentuk komitmen terhadap pengelolaan hutan yang berkelanjutan. Dengan legalitas yang kuat, industri kayu Indonesia dapat berkontribusi secara positif terhadap ekonomi nasional sekaligus menjaga keseimbangan ekologi.

Sampoerna Kayoe merupakan salah satu contoh nyata perusahaan yang telah memenuhi seluruh persyaratan legal dalam industri kayu dan telah menjual serta mengelola kayu dengan cara yang bertanggung jawab. Perusahaan ini telah memenuhi seluruh syarat yang diperlukan untuk menjalankan usaha industri kayu secara legal. Selain itu, Perusahaan ini juga peduli terhadap nilai *sustainability*. Sampoerna Kayoe berkomitmen untuk mengelola sumber daya hutan secara berkelanjutan, menjaga keseimbangan ekologi, serta mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dengan cara mengelola hutan dengan baik dan menanam kembali pohon yang mereka gunakan. Sampoerna Kayoe juga telah menjalin kerja sama dengan lebih dari 36 negara, menunjukkan kepercayaan pasar internasional terhadap produk yang dihasilkan sehingga sudah terjamin kredibilitasnya. Legalitas

yang dimiliki serta komitmen terhadap keberlanjutan menjadi nilai tambah yang memperkuat posisi Sampoerna Kayoe dalam pasar global.

Dalam konteks persaingan global yang semakin ketat, keunggulan legal dan keberlanjutan perlu dibarengi dengan strategi pemasaran yang inovatif. Salah satu peran penting dalam strategi ini adalah Sales Export. Sales export berperan penting dalam membangun hubungan dengan klien internasional, memahami kebutuhan pasar global, serta memastikan produk sesuai dengan standar yang dibutuhkan di berbagai negara. Namun pada era digital saat ini, penggunaan media sosial juga menjadi sangat penting untuk meningkatkan penjualan dari sebuah *brand*. Pada Januari 2025, jumlah pengguna media sosial global diperkirakan sudah mencapai 5,24 miliar atau 63,39% dari populasi dunia. Sementara itu, di Indonesia sendiri, pengguna aktif media sosial sudah mencapai 139 juta orang atau 49,9% dari total populasi (DataReportal, 2025). Hal ini menunjukkan media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran paling dominan saat ini. Audiens yang begitu besar menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi saluran pemasaran yang sangat efektif untuk meningkatkan *brand awareness* dan mendorong penjualan (Anggraini and Fuadilah 2024). Strategi konten yang berhasil perlu melibatkan pemahaman terhadap target audiens, penyusunan topik yang relevan, penjadwalan *post* konten yang teratur dan tepat, serta pemantauan dan evaluasi kinerja konten untuk menjamin tercapainya tujuan pemasaran (Pulizzi, 2011). Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial dengan strategi konten yang tepat dapat menjadi kunci sukses bagi industri kayu dalam bersaing di pasar nasional maupun internasional saat ini.

Dengan melihat peran strategis media sosial dan ekspor dalam pemasaran, menjadi Sales Export melalui Social Media Intern di perusahaan seperti Sampoerna Kayoe memberikan peluang untuk berkontribusi secara langsung dalam mengembangkan strategi pemasaran global yang inovatif dan berbasis digital.

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

Pelaksanaan magang di PT Sumber Sejahtera (Sampoerna Kayoe) mempunyai maksud dan tujuan seperti:

1. Melatih *soft skill* dari posisi sebagai Sales Export melalui Sosial Media seperti *creative and critical thinking, public speaking, interpersonal communication, problem solving, negotiation* dan *teamwork*.
2. Mengetahui proses kerja di PT SGS serta mengimplementasikan dan mengasah *hard skill* seperti keahlian dalam pengoperasian *software editing, social media ads, copywriting* dan *personal selling*
3. Menerapkan atau mempraktikkan langsung teori-teori *marketing communication* dari Universitas Multimedia Nusantara yang telah dipelajari pada semester 1-5 lalu.
4. Mengembangkan keterampilan serta mendapatkan pengalaman nyata di dunia kerja, seperti memahami bagaimana strategi pemasaran dan komunikasi diterapkan dalam industri manufaktur kayu yang kompetitif.

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

Untuk waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang terlampir sebagai berikut:

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

Pelaksanaan kerja magang dilakukan pada hari Senin hingga Jumat. Kerja magang dilakukan secara langsung di kantor (WFO) dari pukul 08.30 pagi hingga 17.30 sore. Studi akan berjalan selama minimal 120 hari kerja atau 640 jam, dimulai pada 24 Januari 2025 dan berakhir pada 20 Juli 2025, sesuai dengan Magang Track 1 MBKM dan Rencana Studi. Lokasi PT Sumber Graha Sejahtera adalah Lantai 20 dan 21 di Gedung Sampoerna Strategic Square, Jl. Jenderal Sudirman No.45-46, RT.3/RW.4, Karet Semanggi, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12930.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **A. Proses Administrasi Kampus**

- 1) Menghadiri rangkaian acara terkait pembekalan magang yang disediakan oleh Prodi Ilmu Komunikasi.
- 2) Melakukan pengisian KRS Internship Track 1 sejumlah total 20 sks pada [myumn.ac.id](http://myumn.ac.id) dengan ketentuan yaitu telah menyelesaikan minimal 110 sks dan tidak ada nilai D dan E.
- 3) Pengajuan transkrip nilai sementara dari semester awal hingga semester akhir pada form request di [www.gapura.umn.ac.id](http://www.gapura.umn.ac.id).
- 4) Penulis menyiapkan Curriculum Vitae (CV) berdasarkan pengalaman beserta akun LinkedIn dan Jobstreet.
- 5) Mencari perusahaan dan lowongan magang yang sesuai dengan kriteria program studi Ilmu Komunikasi.
- 6) Melakukan pengajuan dan perizinan perusahaan tempat magang melalui form KM-01 dari pihak kampus.
- 7) Melakukan proses registrasi terkait data perusahaan dan supervisi lapangan melalui [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id).
- 8) Pengajuan form KM-01 mendapat status HOLD dikarenakan belum diketahuinya status supervisor. Setelah penulis mencantumkan LinkedIn profile link dari supervisor, KM-01 mendapatkan status ACCEPTED dari pihak Program Studi.
- 9) Mendapatkan surat KM-02 yang merupakan surat pengantar dari kampus untuk perusahaan.
- 10) Menerima form KM-03 (Kartu Kerja Magang) dan diserahkan kepada pihak perusahaan.
- 11) Mengunduh form KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang) untuk mengisi jadwal kehadiran kegiatan magang.

### **B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Kerja Magang**

- 1) Melamar melalui poster yang disebarakan melalui mouth to mouth.
- 2) Mengirim berkas seperti CV, portofolio dan application letter ke email.

- 3) Menerima kabar lolos ke interview melalui WhatsApp.
- 4) Interview singkat melalui panggilan zoom oleh HRD (Human Resources Department)
- 5) Interview singkat melalui panggilan zoom oleh HRD Commercial
- 6) Memulai masa magang pada tanggal 24 Januari 2025

### **C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang.**

- 1) Mahasiswa melakukan praktik kerja magang dengan posisi sebagai Sales Export through Social Media di divisi *Commercial* PT Sumber Graha Sejahtera (Sampoerna Kayoe)
- 2) Seluruh penugasan dan kebutuhan informasi didampingi dan diperoleh dari Elizabeth Hussanudin selaku *Marketing Communication* Supervisor PT Sumber Graha Sejahtera (Sampoerna Kayoe).
- 3) Proses pengisian KM-03 sampai KM-04 dilakukan selama proses kerja magang.
- 4) Menerima form KM-05 berupa Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang, KM-06 berupa Penilaian Kerja Magang dan KM-07 berupa Verifikasi Laporan Kerja Magang.

### **D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang**

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Bapak Silvanus Alvin selaku dosen pembimbing magang.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan kepada Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi untuk mendapatkan persetujuan.