



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Citilink Indonesia merupakan salah satu maskapai berbiaya rendah (*Low Cost Carrier*) di Indonesia yang merupakan anak dari perusahaan Garuda Indonesia. Saat ini Citilink sudah menjadi maskapai yang cepat berkembang di Indonesia sejak tahun 2011. Tak, banyak diketahui oleh masyarakat tentang layanan kargo yang disediakan Citilink. (CitilinkIndonesia, 2021). Saat ini Citilink akan berfokus melalui pengiriman barang menggunakan pesawat, karena setelah adanya pandemi Covid-19 pendapatan utama Citilink didapatkan dari pengiriman kargo. Kargo dianggap sebagai peluang bisnis ekspedisi yang prospektif menjadikan Citilink ingin terus mengupayakan proses distribusi barang logistik melalui kargo dari satu daerah ke daerah lainnya. Untuk memaksimalkan proses pengiriman kini Citilink kargo mempunyai pesawat *freighter* kedua A320-200 dengan muatan mencapai 18 ton (Khairally, 2021).

Selain menggunakan pesawat *freighter* baru, sebelumnya di saat pandemi Covid-19 pada bulan Mei 2020, Citilink mempunyai layanan kargo model *cargo in cabin* dimana memaksimalkan fungsi *cabin compartment* penumpang sebagai ruang yang bisa diisi kargo sampai saat ini masih terus dijalankan selama ketentuan masih berlaku yaitu SE No.17 tahun 2020. Hal tersebut sangat membantu dan memberi dampak positif untuk karyawan Citilink dalam mencari target penjualan, *cargo in cabin* mengalami kenaikan sebesar 56% adapun dukungan dari transaksi *e-commerce*. Melihat hal ini dijadikan semangat baru untuk terus berkembang pada bisnis kargo karena banyaknya permintaan dari mitra dan konsumen untuk melakukan pengiriman (CitilinkIndonesia, 2021).

2.1.2 Logo Perusahaan

Berikut logo dari perusahaan Citilink Indonesia

Gambar 2.1 Logo Perusahaan



Sumber: Dokumen PT Citilink Indonesia, 2021

Logo atau *logotype* merupakan representasi grafis dari merek itu sendiri. Pada dasarnya, logo adalah gambar yang perusahaan pakai untuk mewakili pengalaman yang akan membentuk persepsi di benak masyarakat tentang suatu brand tersebut (Budelmann, Kim, & Wozinak, 2010).

Logotype citilink memiliki ciri khas pada huruf "K" yang terdapat 3 warna yaitu hijau muda, hijau tua, dan kuning, warna tersebut digunakan karena mirip dengan *livery* pesawat citilink. Selain itu, pemilihan ketiga *tone* warna tersebut karena melambangkan *fresh* dan alami. *Tone* warna tersebut memberikan rasa cerah kehijauan dan kesan yang alami. Citilink menghindari warna ramai dan merah dan mencolok. Citilink juga penerbangan yang memiliki konsep *green airlines*, maka dari itu warna hijau untuk sebagai tanda menjaa lingkungan yang efisien (CitilinkIndonesia, 2021).

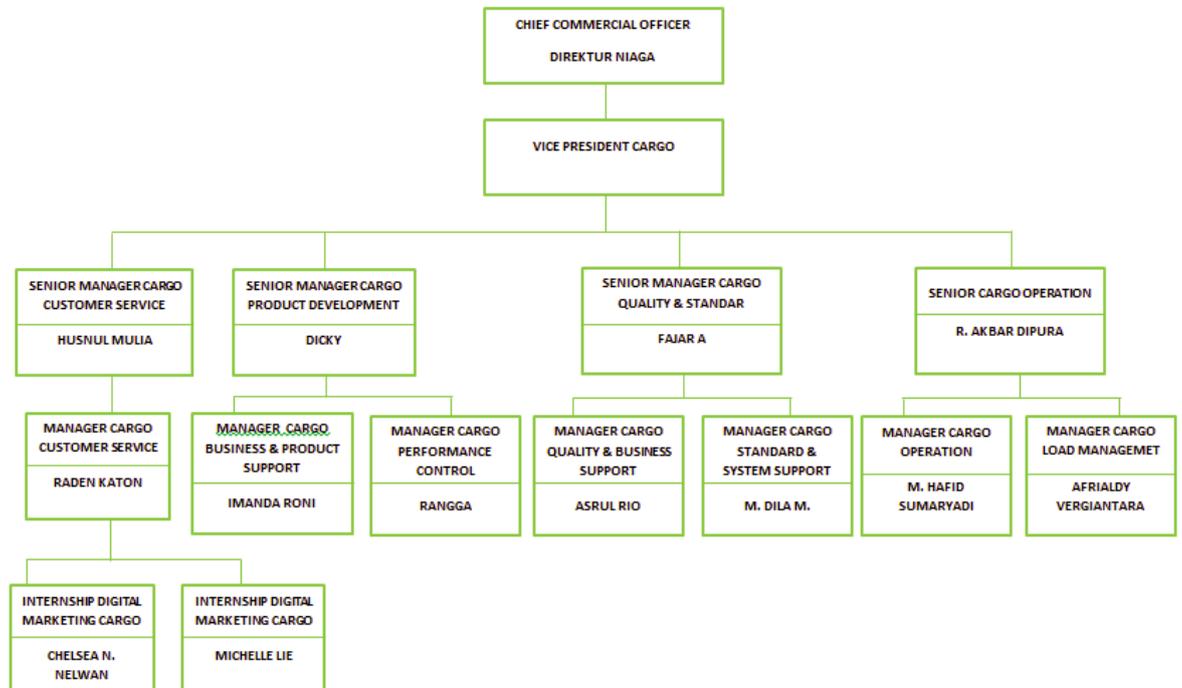
2.1.3 Visi Misi Perusahaan

Citilink merupakan maskapai penerbangan yang berbiaya rendah, memiliki visi menjadi perusahaan yang diminati para pencari kerja. Citilink *Cargo* ingin terus bisa memberikan yang terbaik dalam memberikan jasa pengiriman barang. Dengan kapasitas yang besar dan memiliki kualitas tinggi pengiriman barang menggunakan pesawat dipastikan agar aman, sampai tepat waktu, dan menjamin keutuhan barang sampai di tujuan. Citilink juga akan bertanggung jawab dalam setiap masalah yang terjadi pada kargo dan tetap mengutamakan kepuasan pelanggan. Sedangkan misi Citilink dengan meningkatkan standar transportasi udara yang mudah dengan kehandalan tinggi, aman, dan *international standart* (CitilinkIndonesia, 2021)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan struktur organisasi perusahaan, kepengurusan PT Citilink Indonesia pada divisi Cargo dipimpin oleh Direksi Niaga, dan Wakil Direktur. Direktur Utama dan Wakil Direktur memiliki tugas untuk memastikan perkembangan bisnis *cargo* sesuai dengan strategi perusahaan dan kebutuhan pelanggan. Menjamin kepatuhan pelaksanaan operasional *cargo* berjalan sesuai dengan peraturan dan *standard* yang berlaku dengan memenuhi *risk tolerability* yang telah ditetapkan untuk menjaga operasional *cargo yang safe & secure*. Menjamin tercapainya *target sales, revenue, dan profit cargo*, Menjamin implementasi layanan *cargo* yang berkualitas di seluruh wilayah, Memastikan pengelolaan biaya yang dilaksanakan secara efektif & efisien untuk mendukung profit yang ditetapkan, Memastikan proses pengelolaan SDM dilaksanakan secara optimal, Menjamin pengeluaran anggaran secara efektif dan efisien, Menjamin kerahasiaan distribusi informasi hasil audit, Menjamin divisi *cargo* memenuhi seluruh IOSA *cargo requirements*, dan menjamin ketersediaan *system* yang mendukung operasional *cargo*.

Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Citilink Indonesia

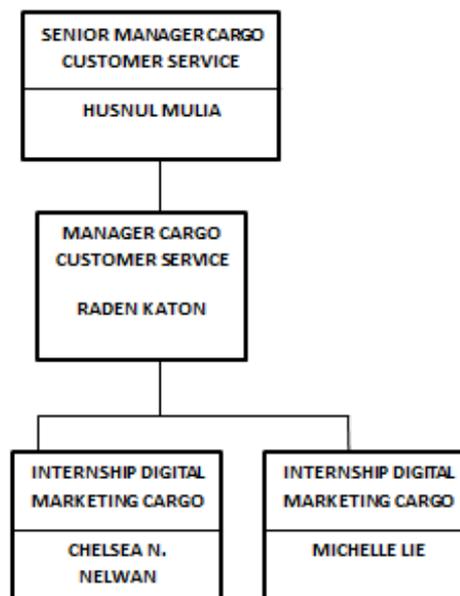


Sumber: Olahan Laporan Magang, 2021

2.2.1 Ruang Lingkup *Digital Marketing*

Divisi *Digital Marketing* Citilink *Cargo* merupakan bagian dari departemen *Cargo Customer Service*.

Gambar 2.3 Ruang Lingkup *Digital Marketing*



Sumber: Olahan Laporan Magang, 2021

Secara keseluruhan *cargo customer service* bertanggung jawab terhadap kelancaran proses pelayanan pelanggan baik *Business to Business*, *Business to Corporate*, maupun *Business to Consumer*. Untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal maka dari itu divisi *Digital Marketing* diharapkan dapat membantu Citilink *cargo* dalam mencapai tujuan yaitu:

1. Bertanggung jawab terhadap kelancaran proses pelayanan pelanggan (*customer*) Citilink *cargo* baik secara *online* maupun *offline* yang diukur dari *customer satisfaction*.
2. Merencanakan, mengorganisasikan, mengembangkan, dan mengawasi konsep pelayanan *cargo* secara terintegrasi dan *mobile*. (*Digital Service*) berbasis *Service Excellent*.

3. Merencanakan, mengorganisasikan, mengembangkan, dan mengawasi proses serta kelancaran pelayanan *customer Citilink cargo* dengan berbasis *marketing (Customer Service Based Marketing)* antara lain melakukan kerjasama-kerjasama *corporate* yang memperluas channel pemasaran *product* dan *service Citilink cargo*.
4. Merencanakan, mengorganisasikan, mengembangkan, dan mengawasi proses pelayanan yang berbasis *profit center* untuk menambah pendapatan *Citilink cargo* sesuai dengan yang direncanakan dan ditetapkan dalam program kerja dan target perusahaan.
5. Memastikan pencapaian target kerjasama yang berpotensi menghasilkan *other revenue*

Selama pelaksanaan kerja magang berlangsung, terdapat beberapa divisi yang bersinggungan serta berkoordinasi secara langsung pada setiap kegiatan di PT Citilink Indonesia yaitu :

- *Branding*: Untuk mendukung proses desain yang akan dibuat agar sesuai dengan standar citilink mulai dari font, warna, dan bentuk visual
- *E-commerce*: Untuk menjalankan SEO dibutuhkan bantuan dari tim *e-commerce* karena mereka yang mempunyai wewenang terhadap *website citilink*
- *Product and Development*: Melakukan komunikasi terkait *product cargo* yang akan launching yaitu *mobile apps cargo*, yang merupakan sebuah aplikasi baru untuk memudahkan mitra *Citilink cargo* dalam melakukan reservasi.

Koordinasi serta kerjasama yang dilakukan setiap divisi secara *online* maupun lisan dalam pemenuhan setiap kebutuhan yang diperlukan.