

BAB I

PENDAHULUAN

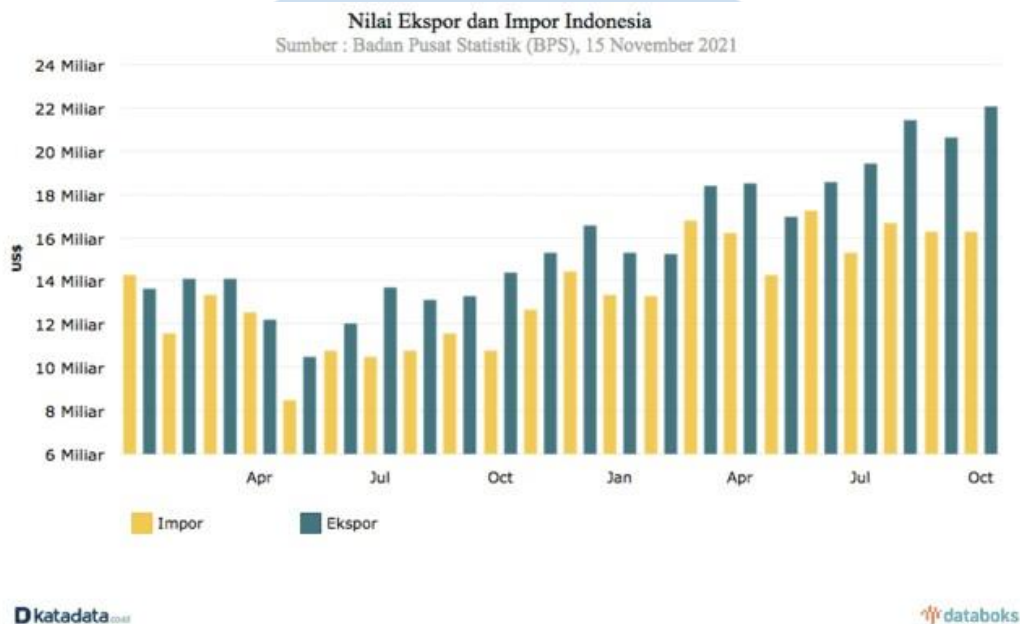
1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya setiap negara memiliki dan menghasilkan sumber daya yang berbeda. Dengan adanya hal tersebut, negara saling membutuhkan satu sama lain dan menerapkan perekonomian terbuka melalui perdagangan internasional. Di era globalisasi ini, perdagangan internasional merupakan salah satu instrumen yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Secara tradisional, perdagangan internasional terjadi dikarenakan kelangkaan sumber daya dalam suatu negara dan kelangkaan tersebut dapat diperoleh dari negara lain melalui jalur perdagangan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan serta mendorong pertumbuhan ekonomi (Hariwijaya, 2020, p. 4).

Perdagangan internasional dapat mempermudah setiap negara untuk memenuhi kebutuhan dan manfaat lainnya sehingga dapat menaikkan pendapatan negara. Perdagangan internasional memberikan dampak yang luas bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara, salah satunya melalui pemasaran produk-produk dalam negeri ke pasar luar negeri yang dinamakan dengan ekspor. Secara tidak langsung dapat memperluas pasar serta meningkatkan keuntungan bagi negara.

Menurut Murni (Ekonomika Makro, 2009, p. 208) kegiatan impor adalah suatu kegiatan ekonomi yang dilakukan dengan membeli barang yang berada di luar negeri bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau untuk dipasarkan di dalam negeri. Kegiatan impor dengan jumlah besar tidak sepenuhnya buruk bagi negara, dikarenakan impor juga dapat merangsang kegiatan investasi apabila barang tersebut masuk ke dalam kategori barang mentah, barang modal, dan barang setengah jadi untuk keperluan perindustrian (Lincoln, 2005, p. 163).

Gambar 1. 1 Nilai Ekspor dan Impor Indonesia



Sumber : databoks.katadata.co.id, 2021

Menurut Gambar 1.1 pada Oktober 2021, kegiatan impor di Indonesia mengalami peningkatan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), nilai impor pada Oktober 2021 di Indonesia tercatat sebesar US\$ 16,29 miliar. Jumlah tersebut naik sebesar 0,36% dibandingkan pada bulan September yang tercatat sebesar US\$ 16,23 miliar (Annur, 2021).

Menurut UU No.17 Tahun 2006 tentang perubahan atas UU No.10 Tahun 1995 tentang Kepabeanan, kegiatan impor adalah kegiatan memasukkan barang dari *daerah pabean Negara lain* ke daerah pabean Indonesia. Sedangkan, Daerah Kepabeanan adalah wilayah RI yang meliputi darat, perairan, dan juga ruang udara di atasnya serta tempat-tempat tertentu yang berada di zona Ekonomi Eksklusif dan landasan kontinen (Farida, 2013).

Dengan semakin meningkatnya kegiatan impor, Kementerian Perdagangan memberikan regulasi mengenai pembatasan barang impor yang mensyaratkan adanya verifikasi atau penelusuran teknis oleh surveyor. Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.16 Tahun 2021 tentang verifikasi atau penelusuran teknis di bidang perdagangan luar negeri menerangkan bahwa surveyor adalah perusahaan survey yang mendapat otoritas dari Kementerian

Perdagangan (ditunjuk) untuk melakukan verifikasi atau penelusuran terhadap barang impor atau ekspor.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan impor banyak dibatasi atau diatur oleh UU yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan dengan tujuan perlindungan keamanan; keselamatan konsumen; kesehatan yang berkaitan dengan kehidupan manusia, hewan dan tumbuh-tumbuhan; lingkungan hidup; HaKI; sosial, budaya dan moral masyarakat; kepentingan pembangunan ekonomi nasional lain; peningkatan taraf hidup petani-produsen; penciptaan kondisi perdagangan dan pasar dalam negeri yang sehat; iklim usaha yang kondusif dan pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan (Rustiningsih & Muda, 2015) . Sejuah ini, Kementerian Perdagangan merupakan lembaga yang memiliki wewenang cukup besar yang ditunjuk pemerintah untuk membuat peraturan mengenai impor.

Oleh karena itu, PT Anindya Wiraputra Konsult hadir sebagai salah satu perusahaan surveyor independen yang memfasilitasi layanan pengawasan ekspor dan impor agar barang yang masuk dan keluar negara sesuai dengan peraturan yang dibuat oleh Kementerian Perdagangan. PT Anindya Wiraputra Konsult membagi dua bagian divisi, di antaranya ekspor (*coal, mineral, dan marine*) dan impor (LSI). Produk yang ditawarkan oleh PT Anindya Wiraputra Konsult berupa jasa dalam bentuk sertifikat dengan nama Laporan Surveyor (LS) yang dapat menjadi dokumen pelengkap pabean agar barang-barang impor dapat masuk ke Indonesia sesuai dengan batasan yang telah ditentukan.

Bidang ekspor dan impor yang dimiliki oleh PT Anindya Wiraputra Konsult memberikan tantangan tersendiri untuk menghadapi dunia kerja yang nyata karena menjadi pengalaman baru bagi penulis. Selain itu, PT Anindya Wiraputra Konsult juga berhubungan dengan perusahaan-perusahaan besar dan pemerintahan yang dapat menjadi pelajaran baru serta menambah wawasan penulis dalam dunia perdagangan internasional. Selama menjalankan praktik kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi *marketing* LSI (Laporan Survey Impor) yang melakukan pekerjaan dalam penerbitan Laporan Survey Impor.

Divisi yang mengerjakan bagian impor di PT Anindya Wiraputra Konsult dinamakan Laporan Survey Impor (LSI) dengan dua departemen yang menaungi, diantaranya *Operational* dan *Marketing*. Dua departemen tersebut memiliki

perannya tersendiri serta saling berhubungan sebagai pelaksana penerbitan Laporan Surveyor.

Departemen *operational* dan *marketing* yang berada di dalam Laporan Survey Impor (LSI) memiliki peran serta fungsi berbeda dalam menjalankan pekerjaannya. Secara garis besar departemen *operational* lebih mendalami sistem VPTI (Verifikasi Penelurusan Teknis Impor) yang digunakan untuk memasukkan data-data barang dari importir. Sedangkan *marketing* dalam menjalankan tugasnya yaitu melakukan komunikasi bersama klien atau calon klien dari perusahaan-perusahaan yang ingin mengimpor barang sesuai komoditi di PT Anindya Wiraputra Konsult.

Dalam kegiatan memasarkan produk dan jasa yang dimiliki, divisi *marketing* Laporan Survey Impor saat ini menggunakan beberapa instrumen yang berada dalam komunikasi pemasaran terpadu atau *Integrated Marketing Communications* (IMC) yang merupakan salah satu upaya perusahaan agar seluruh kegiatan pemasaran dan promosinya menghasilkan *image* bersifat satu serta menjadi konsisten untuk konsumen (Moriarty, Mitchell, & Wells, 2015, p. 9)

Selain itu, *Integrated Marketing Communication* adalah sebuah ‘generasi baru’ dari bentuk pendekatan kegiatan pemasaran yang digunakan oleh perusahaan agar dapat memfokuskan dalam mempertahankan, memperoleh, dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan serta pihak-pihak terkait (Duncan & Moriarty, 1998, pp. 1-13)

Saat ini, divisi *marketing* Laporan Survey Impor di PT Anindya Wiraputra Konsult dalam praktiknya sebagian besar menggunakan beberapa elemen-elemen dalam *promotional mix* yang menjadi instrumen komunikasi pemasaran terpadu atau *IMC*. Morissan (Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu, 2010, p. 7) memaparkan elemen-elemen dari *promotional mix* itu sendiri, diantaranya; iklan, *direct marketing*, *sales promotion*, *personal selling*, pemasaran interaktif, dan *public relations*. Divisi *marketing* dalam Laporan Survey Impor di PT Anindya Wiraputra Konsult menggunakan dua elemen dalam *promotional mix* untuk memasarkan produk dan jasa yang dimiliki oleh PT Anindya Wiraputra Konsult, diantaranya *direct marketing* dan *personal selling*.

Divisi *marketing* dalam Laporan Survey Impor merupakan bagian penting bagi perusahaan dikarenakan komunikasi yang terjadi antara *marketing* dengan klien dan calon klien berpengaruh besar terhadap terbentuknya loyalitas klien dan juga keputusan transaksi dari calon klien. Melalui hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan kegiatan kerja magang di divisi *marketing* Laporan Survey Impor pada PT Anindya Wiraputra Konsult untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana aktivitas divisi *marketing* Laporan Survey Impor dalam membangun loyalitas dengan importir agar terjalin komunikasi dan membentuk transaksi penjualan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan penulis dalam melaksanakan kerja magang di PT Anindya Wiraputra Konsult, diantaranya:

1. Mengetahui aktivitas dan memahami bagaimana sistem kerja divisi *Marketing LSI* di PT Anindya Wiraputra Konsult.
2. Mengimplementasikan pengetahuan selama praktik kerja magang mengenai *marketing communication* yang telah didapatkan dari universitas sebelumnya.
3. Mempelajari dan ikut serta dalam aktivitas divisi *Marketing LSI* di PT Anindya Wiraputra Konsult sebagai penilaian kemampuan diri dan gambaran nyata mengenai dunia pekerjaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan praktik kerja magang selama 3 (tiga) bulan atau 65 hari kerja, terhitung sejak 1 September 2021 sampai dengan 30 November 2021. Penulis menjalankan proses kerja magang di PT Anindya Wiraputra Konsult yang berlokasi di Springhill Office Tower, 18th Floor Unit E Jl. H. Benyamin Suaeb Ruas

D7 Block 06 RW.10, Pademangan Timur, Kecamatan Pademangan, Kota Jakarta utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Waktu kerja magang dilakukan mulai hari Senin sampai Jumat *Working From Office* pukul 08.00 -17.00 WIB. Selama melaksanakan praktik kerja magang di PT Anindya Wiraputra Konsult, penulis ditempatkan dalam divisi *Staff Marketing LSI* dengan bimbingan lapangan yang diberikan oleh Tia Regita selaku *Head Marketing Komoditi Keramik*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Terdapat prosedur pelaksanaan kerja magang, diantaranya:

1. Pengajuan Kerja Magang

Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae (CV)* ke bagian *Human Resources Department* PT Anindya Wiraputra Konsult melalui *email*.

2. Wawancara Perusahaan

CV yang telah penulis kirimkan melalui *email* telah lolos berdasarkan seleksi yang dilakukan oleh perusahaan. Setelah itu, penulis melakukan wawancara dengan Ardi Poeloengan selaku *General Manager Laporan Survey Impor* PT Anindya Wiraputra Konsult pada tanggal 3 Agustus 2021. Wawancara tersebut menghasilkan beberapa point penting, yaitu tanggal dimulainya pelaksanaan praktik kerja magang dan rincian tugas.

3. Pengajuan KM-01

Penulis mengisi dan mengajukan Formulir Kerja Magang (KM-01) kepada pihak Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapatkan surat pengantar kerja magang atau KM-02 yang akan dikirimkan ke PT Anindya Wiraputra Konsult.

4. Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memberikan surat pengantar kerja magang berupa KM-02 ke perusahaan melalui email dan memperoleh surat penerimaan magang dari PT Anindya Wiraputra Konsult. Setelah itu, surat penerimaan magang dari perusahaan diberikan kepada pihak kampus melalui e-mail agar penulis mendapatkan kartu kerja magang, formulir absensi, formulir penilaian praktik kerja magang yang akan ditandatangani oleh pembimbing lapangan dan memulai praktik kerja magang di PT Anindya Wiraputra Konsult.

5. Tahap pelaksanaan

Praktik kerja magang di PT Anindya Wiraputra Konsult dilaksanakan selama tiga bulan dan dibimbing oleh Tia Regita selaku *Head Marketing* Komoditi Keramik. Selama pelaksanaan praktik kerja magang terdapat aturan-aturan yang harus dipatuhi dan kewajiban dalam menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan.

6. Pembuatan Laporan Magang

Dalam tahap akhir pelaksanaan kerja magang, penulis diwajibkan membuat laporan kerja magang selama bekerja di PT Anindya Wiraputra Konsult. Proses pengerjaan laporan magang akan dibimbing oleh dosen yang telah ditentukan Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi agar penulisan laporan sesuai panduan penyusunan yang telah ditentukan kampus.

7. Kelengkapan Laporan Magang

Nilai akhir yang didapatkan dari pembimbing lapangan akan dimuat dalam laporan magang. Selanjutnya penulis melengkapi Formulir Kartu Magang (KM) yang terdiri dari KM-03 berisi kartu kerja magang, KM-04 berisi kehadiran kerja magang, KM-05 berisi laporan realisasi kerja magang, KM-06 berisi penilaian kerja magang, dan KM-07 berisi lembar verifikasi laporan magang. Khusus untuk KM-06 dan KM-07 akan diisi dan ditandatangani oleh Tia Regita selaku *Head Marketing* Komoditi Keramik.

Laporan magang yang telah selesai disusun akan diperiksa kembali oleh dosen pembimbing untuk mendapatkan persetujuan. Penulis juga akan mempresentasikan hasil tersebut dalam sidang magang sebagai tahap akhir dari pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan.