



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat pada negara Indonesia telah membuat masyarakat menjadi semakin sejahtera. Pertumbuhan ekonomi tersebut juga didorong dengan adanya regulasi-regulasi baru seperti *ASEAN FREE TRADE AREA* (AFTA). AFTA merupakan wujud dari kesepakatan dari negara-negara ASEAN untuk membentuk suatu kawasan bebas perdagangan dalam rangka meningkatkan daya saing ekonomi kawasan regional ASEAN dengan menjadikan ASEAN sebagai basis produksi dunia serta serta menciptakan pasar regional bagi 500 juta penduduknya ([www.tarif.depkeu.go.id](http://www.tarif.depkeu.go.id)).

AFTA membuat negara Indonesia menjadi semakin mudah untuk melakukan kegiatan ekspor maupun impor dengan berbagai macam negara di dunia. Perkembangan dunia perdagangan internasional pada akhirnya juga mendorong beberapa jenis perusahaan untuk dapat memperoleh peluang agar dapat membuat perusahaannya menjadi semakin berkembang. Salah satu jenis perusahaan tersebut adalah perusahaan penyedia jasa pengiriman barang ekspor impor atau kerap dikenal sebagai perusahaan ekspedisi. Semakin besarnya kesempatan perusahaan-perusahaan untuk melakukan ekspor impor, maka semakin tinggi pula jumlah perusahaan penyedia jasa pengiriman barang ekspor impor di Indonesia. Dengan kata lain, bisnis ekspedisi kini kian berkembang dan saling bersaing satu sama lain. Salah satu contoh perusahaan ekspedisi tersebut adalah PT BERKAT RAHMANI INT'L.

PT BERKAT RAHMANI INT'L merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang ekspor maupun impor. PT BRI didirikan pada tahun 1997 oleh Ibu Naomi beserta kedua temannya dengan sistem *joint venture*. Pada saat itu, PT BRI merupakan perusahaan yang sederhana dimana ketiga pendiri nya masing-masing merangkap pekerjaan tertentu seperti marketing dan

keuangan. Kini sejak tahun 1999 PT BRI kian semakin besar ditambah dengan jumlah klien yang semakin banyak.

Penulis memilih PT BERKAT RAHMANI INT'L sebagai perusahaan untuk melaksanakan kerja magang karena penulis tertarik dengan bisnis jasa pengiriman ekspor impor. Selain itu penulis juga tertarik untuk mengetahui sistem pemasaran apa saja yang umumnya digunakan oleh para perusahaan ekspedisi. Di sisi lain penulis juga sekaligus berusaha untuk memahami sistem pemasaran suatu perusahaan secara langsung sekaligus menyesuaikan dengan apa yang telah didapat penulis pada bangku perkuliahan terkait sistem pemasaran.

Sistem pemasaran memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan termasuk perusahaan ekspedisi untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan intensitas konsumen untuk mau menggunakan jasa yang suatu perusahaan berikan lagi kedepannya. Beberapa hal yang umumnya dilakukan oleh sebuah perusahaan adalah dengan melakukan pendekatan pemasaran melalui 4P (*price, place, promotion, dan product*) yang disesuaikan dengan segmentasi pasar yang ditujunya.

Salah satu aktivitas marketing di PT BRI adalah *customer relationship management* (CRM). *Customer relationship management* (CRM) sangat penting dan harus dimiliki oleh perusahaan. *Customer relationship management* (CRM) dapat menjadi salah satu daya saing perusahaan terhadap kompetitor lainnya. Dengan menjalin hubungan yang baik antara pihak internal dan eksternal perusahaan, maka konsumen pun akan semakin memiliki *image* yang positif terhadap suatu perusahaan. *Image* yang positif pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan serta keinginan pelanggan untuk menggunakan jasa tersebut kembali di masa yang akan datang.

## 1.2 Pokok Masalah

Untuk mendukung perkembangan industri pengiriman barang, dibutuhkan peran *customer relationship management* dalam menjalankan kegiatan perusahaan.

Dalam laporan ini penulis mengangkat beberapa pokok permasalahan berkaitan dengan *customer relationship management* pada PT BERKAT RAHMANI INT'L, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *customer relationship management* pada PT BERKAT RAHMANI INT'L demi meningkatkan *customer retention*?
2. Bagaimana bentuk proses kerja divisi marketing di PT BERKAT RAHMANI INT'L?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Magang**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar penulis dapat lebih memahami sistem pemasaran secara langsung yang diterapkan oleh sebuah perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak pada jasa pengiriman barang baik ekspor maupun impor yang dikenal dengan perusahaan ekspedisi. Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat aplikasi dari ilmu-ilmu pemasaran yang telah didapat selama perkuliahan berlangsung ke dalam dunia kerja secara langsung. Selain itu peneliti juga ingin berusaha memberikan pemahaman bahwa *customer relationship management* (CRM) sangat penting dilakukan oleh perusahaan baik secara internal maupun eksternal, karena sistem *customer relationship management* (CRM) yang baik dapat meningkatkan *consumer loyalty* dan *retention*.

### **1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Kegiatan pelaksanaan kerja magang berlangsung sejak tanggal 9 September 2013 hingga 9 Desember 2013, dengan jam kerja pukul 09.00 hingga 17.00 setiap hari Senin hingga Kamis. Kegiatan kerja magang ini dilakukan pada perusahaan ekspedisi yaitu PT BERKAT RAHMANI INT'L yang beralamat di Jl. Muwardi 1, No. 3, Jakarta Barat, 11450. Pada perusahaan tersebut penulis diposisikan pada divisi marketing.

Prosedur pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut:

*Pertama*, mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang sebagai acuan pembuatan surat pengantar kerja magang yang diajukan

kepada perusahaan yang dituju disertai dengan tanda tangan dari ketua program studi.

*Kedua*, menghubungi perusahaan tempat kerja magang yang dituju disertai dengan surat pengantar kerja magang.

*Ketiga*, memperoleh kartu kerja magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang, dan formulir laporan penilaian kerja magang.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis menjabarkan hal-hal yang menjadi latar belakang dalam pelaksanaan kerja magang, pokok permasalahan dalam penelitian ini, maksud dan tujuan penulis untuk melakukan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang serta sistematika penulisan laporan kerja magang.

### **BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini penulis menjabarkan secara singkat gambaran umum perusahaan dari sejarah berdirinya, struktur organisasi perusahaan, landasan teori yang berhubungan dengan penelitian serta praktik kerja magang yang telah dijalani.

### **BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Pada bab ini penulis menjabarkan pelaksanaan kerja magang yang sudah dijalannya seperti: kedudukan penulis dalam struktur organisasi perusahaan, tugas-tugas yang dikerjakan penulis selama kerja magang, proses kerja magang, kendala selama pelaksanaan kerja magang serta solusi atas kendala yang ditemukan.

### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini penulis akan memaparkan beberapa kesimpulan sehubungan antara ilmu-ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan dengan kenyataan

pada dunia kerja magang. Selain itu, penulis juga akan memaparkan beberapa saran baik untuk perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.

Dalam laporan ini, penulis menggunakan beberapa jenis metode untuk menjelaskan peranan seorang divisi marketing dalam perusahaan:

a. Wawancara

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara menanyakan secara langsung terkait apa yang ingin penulis ketahui dengan beberapa narasumber yang ada pada perusahaan tersebut. pada laporan ini, narasumber yang dimaksud adalah *owner* dan manajer pemasaran para PT BERKAT RAHMANI INT'L.

b. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mempelajari dokumen-dokumen yang ada sebelumnya pada suatu perusahaan. Dengan metode ini penulis dapat mengetahui kegiatan marketing apa saja yang telah dilakukan oleh PT BERKAT RAHMANI INT'L sebelumnya.

c. Observasi

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terkait dengan proses pemasaran di lingkungan kerja suatu perusahaan. Pada kegiatan kerja magang, penulis secara langsung ditempatkan pada divisi marketing sehingga penulis dapat secara langsung mengetahui apa saja kegiatan pemasaran pada PT BERKAT RAHMANI INT'L serta pengaruhnya terhadap *customers retention*.