

# Bab I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Sumber daya manusia menjadi kunci utama dalam sebuah perusahaan. Tak hanya sebagai subjek untuk menjalankan kegiatan operasional, namun sumber daya manusia juga merupakan kunci utama dari inovasi dan adaptasi perusahaan, yang mana merupakan hal krusial yang harus dimiliki oleh perusahaan untuk mencapai kesuksesan. Saat ini, sumber daya manusia yang berkualitas menjadi poin penting bagi perusahaan untuk dapat mengembangkan bisnisnya. Sumber daya manusia yang berkualitas adalah sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman yang dibutuhkan untuk mengatasi tantangan di dunia bisnis saat ini.

Namun, mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas merupakan tantangan besar bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan harus benar-benar menyaring kandidat yang mengajukan lamaran kepada mereka, serta harus mampu mempertahankan loyalitas karyawan dengan menjamin kesejahteraan mereka. Dengan kata lain, investasi pada sumber daya manusia yang berkualitas juga merupakan salah satu langkah strategis yang dapat diambil oleh perusahaan untuk terus meningkatkan keunggulan kompetitif yang mereka miliki.

Sayangnya, saat ini banyak perusahaan yang terkendala untuk mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki kompetensi yang sesuai dengan usaha mereka. Perlu kita ketahui bahwa Kurangnya sumber daya manusia yang bermutu dapat menjadi hambatan serius bagi kemajuan perusahaan. Saat ini, banyak perusahaan yang gagal untuk memperoleh kandidat yang sesuai dengan area usaha mereka. Tak hanya itu, menjaga tingkat *turnover* karyawan agar tetap rendah juga merupakan hal yang menantang bagi perusahaan, dikarenakan perusahaan harus menjamin kesejahteraan karyawan mereka satu-persatu.

Tanpa memiliki tenaga kerja yang terampil serta memiliki pengetahuan yang

memadai, perusahaan akan menghadapi kesulitan dalam mencapai tujuan strategisnya. Hal ini dapat mempengaruhi produktivitas, kualitas layanan, dan kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, kekurangan dalam sumber daya manusia yang berkualitas juga dapat menghambat inovasi dan pengembangan produk atau layanan baru, yang mana akan membuat perusahaan tertinggal semakin jauh oleh kompetitor mereka.

Seluruh teori yang disebutkan diatas didukung oleh data jumlah pengangguran yang masih cukup memprihatinkan di Indonesia. Dilansir dari Databoks (2023), pada tahun 2023, terdapat sekitar 7,86 juta orang yang berstatus pengangguran di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (2023), pengangguran dapat diklasifikasikan menjadi 4 kategori, yaitu penduduk yang tak punya pekerjaan dan sedang mencari pekerjaan, penduduk yang tak punya pekerjaan dan sedang mempersiapkan usaha, penduduk yang tak punya pekerjaan dan tidak mencari pekerjaan, atau penduduk yang sudah punya pekerjaan, namun belum mulai bekerja. Motif pengangguran di Indonesia tentunya disebabkan dan dipengaruhi oleh beberapa faktor utama.

Menurut Franita dan Fuady (2019), ada beberapa penyebab seseorang menjadi pengangguran, yakni terbatasnya lapangan pekerjaan, kurangnya keahlian yang dimiliki oleh pencari kerja, kurangnya informasi terkait lapangan pekerjaan maupun tenaga kerja, persebaran lapangan kerja yang kurang merata, upaya pelatihan dan pemberdayaan masyarakat yang diberikan oleh pemerintah belum maksimal, serta budaya malas yang menjangkit para pencari kerja. Pengangguran dapat berdampak pada menurunnya perekonomian negara, ketidakstabilan politik, meningkatnya kriminalitas, hingga mempengaruhi kesehatan fisik dan mental pada kehidupan sosial masyarakat. Untuk itu, perlu adanya tindakan nyata yang dilakukan oleh pemerintah maupun masyarakat Indonesia untuk menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia secara bertahap hingga mencapai angka pengangguran yang seminimal mungkin. Dalam hal ini, Aden Indonesia menjadi salah satu perusahaan yang berperan langsung dalam meningkatkan rasio ketenagakerjaan di Indonesia.

Aden Indonesia merupakan anak perusahaan dari Aden Group, yang mana bergerak di bidang *Integrated Facility Management (IFM)* dan *Remote Site Management (RSM)*. *Integrated Facility Management (IFM)* yang disediakan oleh Aden Indonesia memberikan pelayanan yang berfokus pada manajemen pengelolaan gedung, seperti perawatan gedung, penyediaan tenaga kerja non-krusial, dan sebagainya tergantung dari permintaan klien. Kemudian, layanan *Remote Site Management (RSM)* yang disediakan oleh Aden Indonesia berfokus pada industri pertambangan, baik itu pertambangan nikel, batubara, minyak, maupun timah. Dalam menjalankan proyek *Remote Site Management (RSM)*, Aden Indonesia memberikan beberapa layanan utama, seperti catering, memasok tenaga kerja non-krusial, laundry, hingga sebagainya. Aden Indonesia menggunakan istilah tenaga kerja non-krusial sebagai kata yang menjelaskan bahwa mereka memasok tenaga kerja yang tidak terlibat langsung dalam kegiatan inti perusahaan, misal seperti keuangan, pemasaran, dan sebagainya. Hal ini dilakukan Aden Indonesia untuk meminimalisir resiko yang harus ditanggung oleh perusahaan.

Contoh tenaga kerja non-krusial yang dimaksud oleh Aden Indonesia meliputi petugas kebersihan, petugas keamanan, *driver*, koki, dan sebagainya tergantung dari permintaan klien. Dengan begitu, Aden Indonesia telah menjadi pihak perantara antara perusahaan dan pencari kerja, sehingga secara langsung dapat memperluas dan meratakan informasi persebaran lapangan pekerjaan. Tak hanya itu, Aden Indonesia juga berkomitmen dalam mengikuti Peraturan Pemerintah setempat, yang mana juga merupakan salah satu bentuk tindakan CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan untuk memberdayakan masyarakat lokal, yang mana Aden Indonesia berfokus dalam pemberdayaan masyarakat Ring I dan Ring II dari lokasi proyek yang mereka miliki. Perusahaan menggunakan istilah Ring I untuk mengartikan lokasi atau wilayah desa terdekat, sedangkan Ring II untuk kota terdekat.

Aden Indonesia memberikan pembekalan keterampilan berupa pelatihan intensif kepada kandidat yang terpilih sebelum memasuki masa kerja mereka. Tak hanya itu, akan ada bimbingan langsung oleh *supervisor* di lapangan yang mana

dapat memberikan arahan dan pengetahuan baru kepada karyawan seiring berjalannya waktu. Aden Indonesia dapat dikatakan memberikan pembekalan keterampilan permanen bagi masyarakat setempat, karena meskipun masa kontrak mereka telah habis dan tidak lagi bekerja dengan Aden Indonesia, namun pelatihan dan pengalaman yang telah mereka dapatkan selama bekerja dengan Aden Indonesia dapat menjadi bekal bagi mereka untuk menata karir mereka kedepannya. Berhasilnya program CSR membuat masyarakat sejahtera dan merasa utang budi atas kontribusi dan pendampingan dari perusahaan, yang mana dapat menarik simpati masyarakat terhadap perusahaan, karyawannya, serta aset-asetnya (Hutomo & Saputra, 2023)

Bagi Aden Indonesia, sumber daya manusia merupakan hal krusial yang dapat menentukan kesuksesan perusahaan. Tak hanya sebagai *manpower supply*, namun sumber daya manusia juga berguna bagi Aden Indonesia untuk mendukung jalannya segala kegiatan operasional perusahaan, yang mana memiliki kantor pusat di Jakarta. Salah satu divisi krusial yang dapat membawa kesuksesan bagi Aden Indonesia adalah divisi *Business Development*. Hal ini dikarenakan divisi *Business Development* merupakan ujung tombak perusahaan, dimana menjembatani perusahaan dengan klien secara langsung.

Awalnya terdapat 2 bagian dalam divisi business development, yaitu *costing* dan *sales*. Namun, sejak adanya tuntutan digitalisasi, perusahaan mulai menambah sub-divisi pada divisi *Business Development*, yaitu *marketing communication*. Pada awalnya, tugas-tugas *marketing* juga merupakan tugas yang dikerjakan oleh tim *sales*. Namun, meningkatnya tuntutan dan beban kerja terkait *marketing communication* membuat fokus para *sales* terpecah, sehingga tidak bisa bekerja secara maksimal.

Hal tersebut menjadi awal dari pertimbangan perusahaan untuk menambah sub-divisi *marketing communication*. Saat ini, Aden Indonesia memang belum memiliki divisi *marketing communication* secara tetap. Hal itu menjadikan penulis sebagai *marketing communication intern* dan satu-satunya di perusahaan Aden

Indonesia. Dalam mengerjakan tugasnya, seorang *marketing communication* berkaitan erat dengan ilmu *Integrated Marketing Communication* (IMC). *Integrated Marketing Communication* adalah sebuah konsep yang dapat memaksimalkan komunikasi secara menyeluruh dengan menggabungkan peranan-peranan strategi komunikasi secara jelas dan selaras (Shakeel & UIRehman & M. Syed Ibrahim, 2011 dalam Safitri, E. et al, 2022)

Praktek kerja magang di PT Andalan Duta Eka Nusantara atau Aden Indonesia telah membawa pengalaman serta pengetahuan baru bagi penulis. Pelajaran utama yang didapatkan oleh penulis selama masa praktek kerja magang adalah bagaimana cara merancang serta menyampaikan komunikasi secara efektif dan tepat, baik dalam ruang lingkup *internal* maupun eksternal perusahaan. Dalam ruang lingkup *internal* perusahaan, komunikasi yang efektif dibutuhkan untuk menyampaikan pesan serta berdiskusi bersama atasan dan rekan kerja. Sedangkan, dalam ruang lingkup eksternal perusahaan, komunikasi yang efektif dibutuhkan untuk menyampaikan pesan kepada audiens, baik itu melalui desain, *copywriting*, promosi digital, dan sebagainya. Manfaat terbaik dari praktek kerja magang sebagai *marketing communication* yang dirasakan oleh penulis adalah penulis dapat mempraktekan langsung ilmu *Integrated Marketing Communication* yang dipelajari di kuliah.

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

### **1.2.1 Maksud Kerja Magang**

Maksud penulis dalam melaksanakan aktivitas praktek kerja magang adalah untuk memenuhi kewajiban akademis selaku mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, termasuk memenuhi mata kuliah *Professional Business Ethics*, *Industrial Experience*, *Industry Model Validation*, dan *Evaluation and Reporting* yang memiliki bobot sebesar 20 sks. Pemenuhan tersebut merupakan salah satu persyaratan akademis yang harus diselesaikan oleh penulis untuk dapat lulus dari pendidikan S1 program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

Selain itu, praktek kerja magang ini juga dimaksudkan untuk memberikan pengalaman kerja nyata kepada mahasiswa, serta sedikit memberikan wawasan tambahan terkait pekerjaan di bidang yang sesuai dengan hal yang telah dipelajari selama masa kuliah. Dengan begitu, diharapkan mahasiswa dapat mengimplementasikan ilmu dan pengetahuan yang telah dipelajari selama masa kuliah.

### **1.2.2 Tujuan Kerja Magang**

Adapun tujuan penulis melakukan praktek kerja magang di PT. Andalan Duta Eka Nusantara adalah sebagai berikut :

1. Menjadi salah satu kewajiban untuk memenuhi persyaratan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang juga merupakan salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan Sarjana (S1) dari Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama masa pembelajaran di kuliah, misal seperti *digital marketing*, *integrated marketing communication*, dan *marketing research*, yang diimplementasikan ke dalam praktek dunia kerja nyata.
3. Menambah wawasan dan pengalaman baru mengenai aktivitas praktek kerja secara langsung, terutama dalam melakukan aktivitas *digital marketing*, *marketing research*, serta cara berkomunikasi dengan rekan kerja dan atasan di PT. Andalan Duta Eka Nusantara.
4. Melatih kemampuan berpikir kritis dan efektif untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi dalam pekerjaan.
5. Memberikan pembekalan diri kepada penulis untuk mempersiapkan diri masuk ke dalam dunia kerja setelah menyelesaikan masa perkuliahan.

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

### 1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis melakukan praktek kerja magang sesuai dengan prosedur dan ketentuan program MBKM, yaitu selama 5 bulan atau 800 jam kerja. Dibawah ini merupakan data pelaksanaan praktek kerja magang yang dilakukan oleh penulis.

Nama Perusahaan : PT. Andalan Duta Eka Nusantara

Bidang Usaha : Distribusi Barang

Waktu Pelaksanaan : 5 Februari 2024 hingga 4 Agustus 2024

Hari Kerja : Senin - Jumat

Waktu Kerja : 08.30 WIB - 17.30 WIB

Posisi Magang : *Marketing Communication Internship*

Alamat Perusahaan : Jl. Kemang Selatan No.151, RT.4/RW.4, Cilandak Timur, Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan.

### 1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan praktek kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis sesuai dengan ketentuan yang tertera pada panduan MBKM program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Ada 3 tahapan yang dilalui oleh penulis saat melaksanakan praktik kerja magang. Berikut rinciannya :

#### 1. Awal

- a. Penulis mempersiapkan CV dan kemudian melamar kerja magang di beberapa platform pencarian kerja digital.
- b. CV diterima dan di review oleh Ibu Adhita Laraswati selaku Senior *Recruitment Human Resource* di PT Andalan Duta Eka Nusantara.
- c. Penulis dihubungi oleh Muhammad Sofian selaku *Human Resource Intern* mengenai pengumuman penerimaan dan penjadwalan *interview*.
- D. Penulis melakukan *HR Interview* bersama Muhammad Sofian dan Ibu Adhita Laraswati.

E. Penulis menerima kabar lolos interview melalui Muhammad Sofian, dan melanjutkan *User Interview* dengan Jean Francois Trebillod selaku ASEAN Cluster *General Manager*.

F. Dikarenakan ada pemindahtugasan, Jean Francois Trebillod dipindahtugaskan ke Shanghai, dan digantikan oleh Antoine Schneiderwind selaku *ASEAN Cluster Sales and Operation manager*, yang mana akan menjabat sebagai *Business Development Manager* di Aden Indonesia. Sehingga, penulis harus mengulang proses *user interview* dengan *user* baru.

G. Mengajukan pencetakan transkrip sementara melalui GAPURA UMN.

H. Penulis mempersiapkan surat KM-01 dan kemudian diserahkan kepada Ibu Purnamaningsih selaku ketua prodi manajemen untuk ditandatangani.

I. Penulis mengunggah transkrip nilai sementara dan surat KM-01 kepada Bapak Bangkit Dewanto untuk mendapatkan surat KM-02 yang telah ditandatangani oleh Ibu Purnamaningsih.

J. Penulis menyerahkan surat KM-02 kepada Muhammad Sofian dan Ibu Adhita Laraswati sebagai surat yang dikeluarkan oleh kampus secara sah terkait pelaksanaan magang yang akan dijalani.

K. Melakukan registrasi pada *webSite* merdeka.umn.ac.id dengan mengisi informasi perusahaan yang dibutuhkan, posisi, dan deskripsi pekerjaan yang akan dilakukan selama magang.

## 2. Pelaksanaan

a. Antoine Schneiderwind selaku *user* mendapatkan akun dan password untuk melakukan approval terhadap aktivitas magang mahasiswa melalui merdeka.umn.ac.id

b. Penulis disambut dan mendapatkan pengenalan sekilas tentang perusahaan oleh Ibu Adhita Laraswati, dan kemudian dilanjut dengan pengenalan kepada rekan-rekan kantor oleh Nadhifia Aidah Fitriana selaku *Recruitment Human Resource*, lalu kemudian penulis diberi buku panduan perusahaan.

c. Penulis menjalankan praktek kerja magang sesuai dengan ketentuan kampus dan perusahaan, dimulai dengan absensi kedatangan, menjalankan tugas yang diberikan oleh *supervisor*, dan diakhiri dengan absensi kepulangan.

d. Penulis mencatatkan pekerjaan yang dilakukan selama magang pada bagian daily tasks di webSite [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id), dan kemudian mengajukan approval kepada *supervisor*.

e. Penulis mendapatkan bimbingan dari dosen pembimbing yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara.

### 3. Akhir

a. Penulis menyusun laporan kerja magang sebagai salah satu persyaratan pemenuhan mata kuliah *internship*.

b. Penulis melakukan bimbingan dan revisi laporan bersama dengan dosen pembimbing.

c. Tahap pengesahan laporan magang yang dilakukna oleh dosen pembimbing magang.

d. Penulis mendaftarkan diri untuk sidang magang setelah memenuhi persyaratan 640 jam kerja.

e. Melakukan sidang magang.

#### 1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika kinerja magang yang berjudul “**PERAN *MARKETING COMMUNICATION* DALAM DEPARTEMEN *BUSINESS DEVELOPMENT* PT. ANDALAN DUTA EKA NUSANTARA**”

## BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I, penulis menjelaskan informasi mengenai latar belakang pada penulisan laporan magang ini, mulai dari alasan mengapa penulis memilih industri tersebut, dasar permasalahan di dalam industri, tujuan dan maksud dari praktik kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan aktivitas kerja magang, serta sistematika dari penulisan laporan kerja magang yang dilakukan oleh penulis pada PT. Andalan Duta Eka Nusantara.

## BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisikan informasi yang berhubungan dengan perusahaan tempat dimana penulis melakukan praktek kerja magang. Informasi perusahaan dimulai dengan sejarah singkat perusahaan, profil perusahaan, visi dan misi dari perusahaan, hingga struktur organisasi perusahaan.

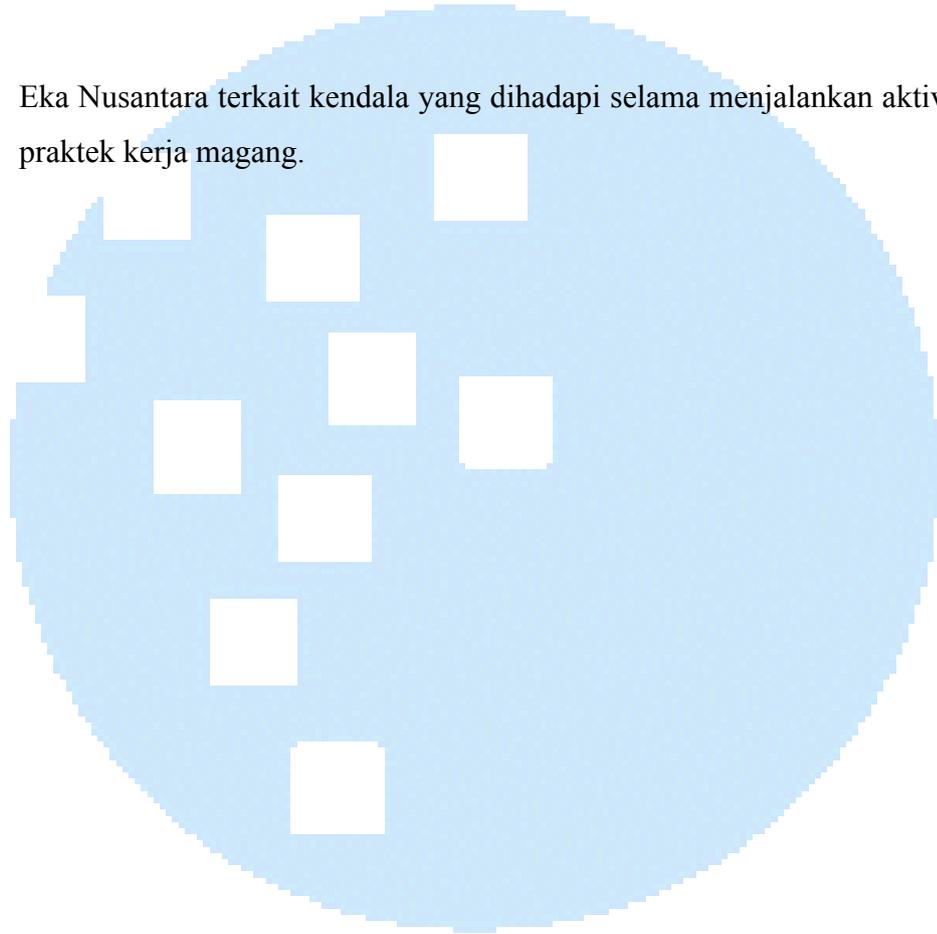
## BAB III PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA MAGANG

Bab ke-tiga menjelaskan tentang aktivitas praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis, mulai dari penjelasan posisi dan jabatan penulis di dalam organisasi perusahaan, tugas yang dikerjakan selama magang, hingga kendala yang ditemukan selama masa praktek kerja magang, serta solusi yang dilakukan sebagai jalan keluar dari kendala tersebut.

## BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini, penulis membahas tentang kesimpulan yang didapatkan oleh penulis selama menjalani aktivitas kerja magang. Permasalahan dan kendala yang dialami selama masa praktek kerja magang akan disesuaikan dengan teori yang didapatkan selama aktivitas kerja magang dari PT. Andalan Duta Eka Nusantara. Tak hanya itu, bab ini juga disertai dengan saran yang diberikan oleh penulis kepada PT. Andalan Duta

Eka Nusantara terkait kendala yang dihadapi selama menjalankan aktivitas praktek kerja magang.



UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA