

BAB I

PENDAHULUAN

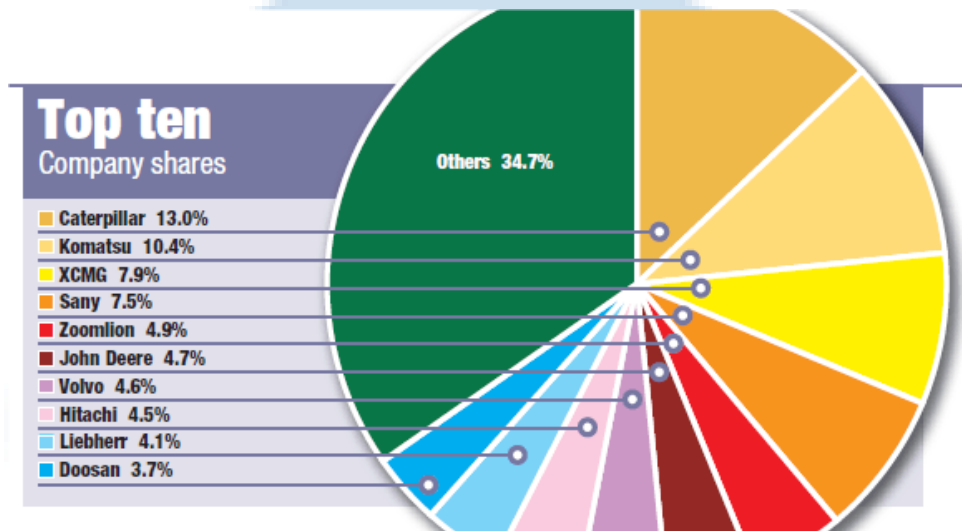
1.1 Latar Belakang

Indonesia telah mencapai kemajuan yang signifikan dalam pengembangan infrastruktur, di bawah pemerintahan Presiden Joko Widodo. Dengan adanya keterlibatan yang kuat dari pemerintah, sektor ini telah menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dalam beberapa tahun terakhir, serangkaian proyek infrastruktur yang ambisius telah dilaksanakan, memberikan dampak positif yang luas pada kehidupan masyarakat dan ekonomi nasional. Dalam kemajuan industri dan pembangunan infrastruktur di Indonesia, permintaan akan alat berat menjadi faktor krusial. Proyek-proyek besar seperti pembangunan jalan, pelabuhan, pertambangan, dan sektor-sektor lainnya memerlukan peralatan yang handal guna menjamin efisiensi, produktivitas, dan keselamatan kerja. Jenis alat berat seperti dozer, motor grader, dan excavator menjadi pilar utama dalam menangani tugas-tugas berat tersebut.

Peningkatan produksi alat berat menjadi faktor kunci yang memperkuat sektor manufaktur di Indonesia, disertai dengan permintaan yang meningkat untuk proyek-proyek infrastruktur dan konstruksi dalam negeri. Namun, di sisi lain Indonesia belum sepenuhnya dapat memenuhi keperluan tersebut. Oleh karena itu, perlu adanya dukungan dari perusahaan lain untuk membantu mewujudkan pembangunan. Bentuk dukungan tersebut dapat dilakukan produsen untuk membantu menyediakan alat pendukung yaitu alat berat. Penting bagi produsen untuk meningkatkan penjualan dari produk yang mereka tawarkan, untuk itu peran distributor sangat dibutuhkan. Menurut Philip Kotler, distribusi merupakan berbagai upaya yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat diakses dan tersedia bagi target pasarnya. Perusahaan dapat meningkatkan penjualan produk mereka juga dengan mudah dengan adanya peran distributor, terkhusus bagi perusahaan yang memiliki sasaran konsumen yang spesifik.

PT Trakindo Utama merupakan anak perusahaan dari PT Tiara Marga Trakindo (TMT). Sekaligus menjadi perusahaan penyalur (*dealer*) resmi tunggal alat berat produk Caterpillar yang merupakan produsen peralatan konstruksi dan pertambangan terbesar di dunia, dikenal luas dalam industri pertambangan, kehutanan, perkebunan, dan konstruksi karena kehandalan peralatannya. Dan terdapat beberapa kompetitor dari perusahaan PT Trakindo Utama yang meliputi PT Hexindo dengan produknya Hitachi, PT Intraco Penta dengan Volvo, Kobelco, Hyundai, dan Doosen, dan PT United Tractors yang berafiliasi dengan Komatsu. Persaingan di pasar umumnya melibatkan persaingan dalam aspek harga, kualitas, dan layanan purna jual. Dalam kondisi permintaan yang rendah, persaingan ini dimulai dengan berbagai fasilitas, seperti metode pembayaran, jaminan layanan, penurunan harga, dan pengurangan biaya. Beberapa *sole agent* tidak mempertimbangkan margin keuntungan dari penjualan mereka. Mereka cenderung fokus meningkatkan jumlah atau volume penjualan terlebih dahulu, dengan tujuan memperoleh keuntungan akhir dari penjualan suku cadang.

Penerbit asal Inggris, KHL Group yang berfokus pada segmen industri alat berat telah merilis daftar produsen-produsen alat berat terkemuka di dunia tahun 2021. Tabel di bawah ini merupakan posisi yang didasarkan pada penjualan pada tahun kalender 2020 dalam Dollar AS. Untuk memastikan kesetaraan, nilai mata uang telah diubah menjadi USD dengan menggunakan rata-rata nilai tukar selama tahun 2020. Informasi ini diperoleh dari berbagai sumber, termasuk laporan- laporan keuangan yang telah diaudit, pernyataan resmi perusahaan, dan sumber- sumber independen yang terpercaya. Dilihat dari diagram dibawah, perusahaan Caterpillar menduduki posisi pertama dalam daftar Yellow Table 2021.



Gambar 1.1 Daftar Yellow Table 2021
 Sumber : <https://www.equipmentindonesia.com/>

Ketua Umum Perhimpunan Agen Tunggal Alat Berat Indonesia (PAABI), Etot Listyono mengakui, saat ini perusahaan alat berat perlu untuk mengadopsi digital demi efisiensi biaya khususnya untuk sektor *mining* karena pasarnya telah mengadopsi digital. Ditambah lagi pelanggan di sektor *mining* sangat *oriented* dibandingkan ritel. Dengan adanya transformasi digital diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan. Menurut Ari Widayanti, selaku *Manager Digital & Information Technology* Trakindo, transformasi digital berdampak positif ke bisnis perusahaan, Trakindo mengakselerasi transformasi digital terutama di tahun 2023 lalu, *active online customer* tumbuh lebih dari 65% dan *retaining existing online customer* lebih dari 80% serta teramplifikasi ke online transaction yang tumbuh lebih dari 100%. (<https://www.akurat.co/rill/1304068215/normalisasi-asosiasi-perkiraan-penjualan-alat-berat-2024-turun-25-persen?page=2>)

Perusahaan ini juga telah berdiri sejak tahun 1970 dan menjadi salah satu perusahaan yang aktif melayani pelanggan kurang lebih 54 tahun. PT Trakindo menjadi perusahaan yang berkontribusi dalam pembangunan Tol Jagorawi, proyek jalan tol pertama di Indonesia, mendukung Pembangunan Bandara

Internasional Soekarno Hatta, mendukung pembangunan Waduk Saguling, Trakindo mendukung Pembangunan jalan Tol Padalarang-Cileunyi.

Peserta magang tertarik untuk melakukan praktek kerja magang di PT Trakindo Utama karena banyaknya kontribusi yang dilakukan oleh PT Trakindo Utama untuk membantu pembangunan di Indonesia, serta banyaknya prestasi yang telah diraih oleh mereka dari tahun ke tahun. Terlebih peserta magang ingin mengetahui lebih dalam bagaimana peran seorang pemasar untuk melakukan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di PT Trakindo Utama.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Melalui program magang ini, mahasiswa diharapkan dapat memperoleh pengalaman dan pembelajaran baru yang tidak dapat ditemukan sebelumnya dalam kegiatan belajar mengajar di kampus. Dengan mengikuti magang ini, mahasiswa dapat melihat secara langsung bagaimana kegiatan dan tugas-tugas yang dilakukan oleh para karyawan di dunia kerja

Adapun maksud dan tujuan penulis dalam menjalani proses magang ini antara lain :

1. Untuk mengetahui aktivitas *Marketing Communications* pada PT Trakindo Utama terkait dengan kegiatan Event, *Digital marketing*, dan *Customer Experience*.
2. Untuk mengetahui peran *Marketing Communications* pada PT Trakindo Utama dalam mendukung kelancaran bisnis perusahaan.
3. Memanfaatkan pengetahuan yang diperoleh selama studi di perguruan tinggi untuk secara profesional mengatasi tantangan yang muncul di lingkungan kerja.
4. Mengembangkan keterampilan berkolaborasi, baik dalam tim maupun secara individu, guna meningkatkan kinerja dalam divisi *Marketing Communications*.
5. Menjalani program magang sebagai bagian dari persyaratan kelulusan sarjana, yang merupakan kewajiban bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan program kerja magang dilakukan terhitung sejak 22 Januari sampai 30 April 2024 atau dalam kurun waktu 3 bulan. Kerja magang dilakukan setiap hari Senin hingga Jumat pukul 08.00 sampai pukul 17.00 WIB, dan dapat melebihi jam yang ditentukan jika ada tugas tambahan yang diberikan. Aktivitas yang dilakukan oleh peserta magang adalah sebagai berikut :

Nama Perusahaan : PT Trakindo Utama

Alamat Perusahaan : Gedung TMT, Lantai 12, Jl. Raya Cilandak KKO No.1
13, RT.13/RW.5, Cilandak Tim., Ps. Minggu, Kota
Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12560

Website Perusahaan : trakindo.co.id

Waktu Pelaksanaan : 640 Jam dihitung dari 22 Januari 2024

Waktu Kerja : Senin hingga Jumat, Full WHO jam 08.00-17.00 dan waktu kerja akan berubah menyesuaikan dengan tugas tambahan yang diberikan.

Posisi Magang : *Event dan Digital marketing*



1.3.2 **Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Berikut adalah proses dari prosedur kerja Magang yang terbagi dalam proses pengajuan, tahap pelaksanaan, hingga tahap akhir :

1. Mahasiswa mengikuti bimbingan magang yang diselenggarakan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara yang diikuti oleh seluruh mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis.
2. Mahasiswa mengisi formulir kegiatan kerja magang kepada pihak kampus untuk mendapatkan surat pengantar magang serta transkrip nilai sementara dari kampus.
3. Mahasiswa mengajukan *Curriculum Vitae* kepada PT Trakindo Utama untuk melakukan kerja magang berikut dengan surat pengantar serta transkrip nilai dari kampus.
4. Mahasiswa menerima panggilan dari PT Trakindo Utama untuk melakukan wawancara secara online dengan maksud untuk melakukan seleksi mahasiswa magang.
5. Mahasiswa mendapatkan pengumuman penerimaan magang dari PT Trakindo Utama melalui email, berisi pemberitahuan masuk kerja magang dan agenda untuk hari pertama masuk.
6. Mengisi formulir data diri, persetujuan kerja magang, dan pengambilan kartu kerja magang untuk masuk Gedung dan ruangan, serta melengkapi kartu kerja magang selama kerja magang berlangsung yang ditandatangani oleh pembimbing lapangan.
7. Melakukan koordinasi dengan dosen pembimbing magang untuk berkonsultasi terkait laporan magang yang akan diserahkan pada periode yang telah ditentukan.
8. Laporan yang telah disusun dan disetujui oleh dosen pembimbing magang, akan dipresentasikan dalam sidang magang guna memenuhi syarat mendapatkan gelar sarjana manajemen dari Universitas Multimedia Nusantara.