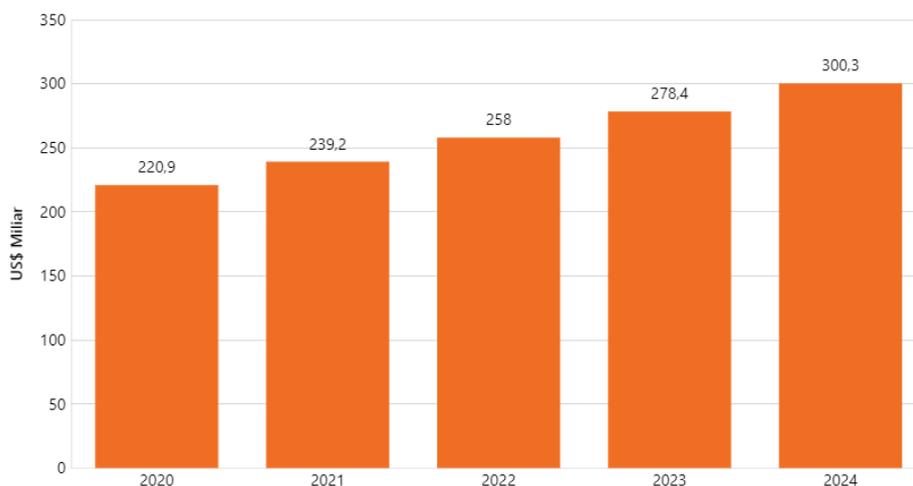


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan sektor industri Logistik di Indonesia yang mengalami pasang surut menjadi penting untuk merumuskan kebijakan yang mampu mendorong peranan sektor industri logistik. Industri logistik merupakan salah satu komponen vital dalam rantai pasokan global, memainkan peran penting dalam memastikan produk dan barang dapat dipindahkan dengan efisien dari produsen hingga konsumen. Perusahaan logistik modern dihadapkan pada tantangan yang semakin kompleks dalam upaya memenuhi tuntutan pelanggan yang terus berubah, menjaga efisiensi operasional, dan menghadapi persaingan yang ketat. Dalam konteks ini, tata kelola arsitektur dan perancangan sistem enterprise menjadi aspek kunci dalam mengelola operasi logistik dengan efektif (Raza dkk., 2020).



Gambar 1.1 Proyeksi Pendapatan Pasar Logistik Indonesia 2020 - 2024

Sumber : databoks, 2020

Menurut gambar 1.1, tren pendapatan pasar logistik Indonesia semakin meningkat hingga tahun 2024. Pada 2020, pendapatan logistik Indonesia US\$ 220,9 miliar dan akan mencapai US\$ 300,3 miliar pada 2024 (Ken Research, 2020) sehingga membuka peluang besar bagi perusahaan logistik untuk meningkatkan pangsa pasar dan memperluas jangkauan layanannya.

*Brand Awareness* adalah tingkat sejauh mana konsumen mengenal dan mengingat suatu merek. Kotler menekankan pentingnya kesadaran merek dalam membentuk perilaku konsumen, di mana merek yang lebih dikenal cenderung lebih dipilih dan dianggap lebih dapat diandalkan oleh konsumen (Kotler & Keller, 2009)

Kepercayaan konsumen sebagai sebuah pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya merupakan pengertian dari kepercayaan konsumen menurut Mowen dan Minor (2013:201).

Kepercayaan konsumen merupakan faktor penting dalam industri logistik. Konsumen ingin merasa yakin bahwa barang mereka akan diantarkan dengan aman, tepat waktu, dan sesuai dengan perjanjian. Untuk membangun kepercayaan konsumen, perusahaan logistik perlu menunjukkan kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebijakannya (Kotler & Keller, 2016:225).

Di tengah dinamika industri logistik, PT Mandiri Logistics International hadir sebagai solusi terpercaya bagi kebutuhan logistik para konsumen. Melalui platform media sosial Instagram @mandiri\_logistics dan website [www.mandirilogistics.com](http://www.mandirilogistics.com), PT Mandiri Logistics International berkomitmen untuk menyediakan informasi yang cepat dan tepat kepada calon pelanggan dan konsumen.

Keunggulan PT Mandiri Logistics International yang lain adalah *Service Door to Door* (dari pabrik milik *customer* sampai gudang penerima barang) dalam artian tepat waktu untuk pengiriman sampai tujuan. Dari segi *payment* sendiri, pembayaran akan dilakukan setelah barang sampai di tujuan. Lalu setelahnya dokumen berupa *invoice* dan faktur pajak akan diterima *customer* 15 Hari - 30 Hari. Pembayaran bisa *Down Payment* (DP) untuk pembayaran awal dan setelahnya barang sudah selesai pengiriman dan sampai tujuan baru *customer* bayar full 100%. Jika dibandingkan dengan kompetitor lainnya, PT. Mandiri Logistics International memiliki jangkauan pengiriman yang luas, layanan khusus, keandalan pengiriman yang tinggi, dan tentunya harga yang kompetitif.

Hal inilah yang membuat penulis berkeinginan untuk melakukan kegiatan magang di PT. Mandiri Logistics International karena penulis merasa perusahaan ini memiliki *brand image* atau *brand identity* yang cukup bagus, baik dari segi *customer*, *stakeholders*, dan lainnya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengangkat tema laporan magang yang berjudul **“Peranan Digital Marketing terhadap Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen PT Mandiri Logistics International”**

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

Dalam melaksanakan proses magang merdeka ini, penulis memiliki maksud untuk mendalami operasional perusahaan secara langsung, khususnya di divisi *marketing*. Penulis berharap dengan mengikuti segala prosedur magang merdeka ini, penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari, baik itu secara lisan (komunikasi) maupun non-lisan (teori), di PT Mandiri Logistics International. Hal ini juga akan membantu penulis dalam menjalankan tanggung jawab sebagai mahasiswa. Berikut merupakan tujuan kerja magang yang ingin dilakukan penulis :

1. Mengimplementasikan teori-teori yang sudah dipelajari selama perkuliahan terutama *Marketing* ke dalam dunia kerja melalui praktik kerja magang.
2. Menyelesaikan masalah yang ditemukan dalam proses kegiatan kerja magang
3. Dengan adanya praktik kerja magang ini, membuat penulis mendapatkan pengalaman baru dalam hal gambaran dunia kerja, khususnya yang berkaitan dengan *marketing* perusahaan.
4. Menambah dan memperluas relasi yang nantinya akan berguna bagi penulis untuk mencari pekerjaan.
5. Menambah wawasan pengetahuan penulis seputar perusahaan, khususnya pada bagian divisi *marketing*.
6. Memenuhi persyaratan kelulusan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

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

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Durasi pelaksanaan kerja magang yang penulis jalani di tempat magang sejalan dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, yaitu selama 640 jam kerja. Berikut adalah waktu pelaksanaan kerja magang :

1. Nama Perusahaan : PT Mandiri Logistics International
2. Alamat Perusahaan : Jl. Ki Hajar Dewantara, Ruko Golden, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong No.17 8 Blok B, Pakulonan Bar., Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, 15810, Banten, Indonesia.
3. Waktu Pelaksanaan : 15 Januari 2024 – 7 Mei 2024
4. Waktu Operasional : Senin - Jumat, 08.00-18.00 WIB
5. Divisi : *Marketing*
6. Posisi : *Digital Marketing*

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis, mengikuti aturan berlaku yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara dan PT Mandiri Logistics International. Berikut adalah prosedur pelaksanaan kerja magang yang dijalankan oleh penulis:

1. Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan transkrip nilai kuliah kepada PT Mandiri Logistics International dengan langsung datang ke tempatnya.
2. Penulis menerima balasan terkait CV yang dikirimkan sebelumnya oleh *Human Resource* PT Mandiri Logistics International. Pihak *Human Resource*

PT Mandiri Logistics International memberi tahu bahwa CV telah diterima dan dibaca. Setelah itu, penulis diundang untuk datang ke PT Mandiri Logistics International melalui whatsapp (WA) penulis.

3. Bersama dengan *Human Resource* PT Mandiri Logistics International, penulis ditanyakan beraneka ragam pertanyaan (*interview*).
4. Penulis diterima magang dan mulai melaksanakan program kerja magang merdeka yang dimulai pada tanggal 15 Januari 2024 secara WFO (*Work From Office*).
5. Penulis menyelesaikan berbagai prosedur yang ada di website Merdeka UMN dimulai dari registrasi sampai pengisian *Daily Task*.
6. Penulis melakukan bimbingan magang bersama dosen pembimbing dan *Input Counseling Meeting* pada website merdeka.umn.ac.id.
7. Penulis menentukan topik judul laporan magang dan menginput pada website merdeka.umn.ac.id.
8. Melakukan revisi terhadap laporan magang dan menyerahkannya melalui gmail dosen pembimbing.
9. Pelaksanaan kerja magang