

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Selama periode empat bulan praktik kerja magang, penulis berkesempatan untuk menimba pengalaman di lingkungan kerja yang dinamis dan inovatif di M-Global Logistics yang merupakan anak dari Meratus Group. Meratus merupakan perusahaan pionir, memegang predikat sebagai perusahaan pertama yang berhasil mengintegrasikan pelayaran dan logistik di Indonesia. Selama praktik kerja magang, penulis terlibat secara aktif dalam memahami dan mendukung operasional Meratus agar dapat mempertahankan posisi dalam di industri ini. Meratus tidak hanya berfokus pada pengiriman via jalur laut, melainkan juga memperluas cakupan layanannya dengan mengoptimalkan jaringan yang tersebar luas di seluruh Indonesia. Perusahaan ini melibatkan diri dalam berbagai jenis layanan, termasuk pengiriman via laut (*sea freight*), pengiriman via udara (*air freight*), layanan *warehouse and distribution*, *custom clearance* serta rangkaian layanan lainnya. Selain memberikan pemahaman mendalam mengenai industri logistik, penulis berharap dapat menggali pengetahuan yang lebih luas tentang berbagai aspek logistik dan pengiriman di industri yang berkembang pesat ini. Berikut adalah informasi singkat mengenai perusahaan M-Global Logistics:

**Tabel 2.1 Profil Perusahaan**

Nama Instansi	M-Global Logistics
Nama PT	PT. Meratus Line and Group
Alamat Perusahaan	Intiland Tower, Jl. Jenderal Sudirman No.Kav. 32 Lt. 10, RT.3/RW.2, Karet Tengsin, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus

	Ibukota Jakarta 10220
No. Telefon	(021) 5710111
Situs Perusahaan	<a href="https://mglobal-logistics.com">https://mglobal-logistics.com</a>
Jenis Instansi	<i>Freight Forwarding</i>

Sumber: Olahan Penulis, 2024)

Sebagai pelopor dalam mengintegrasikan pelayaran dan logistik di Indonesia, Meratus Group membuka jalan bagi lahirnya M-Global Logistics, sebuah kekuatan utama dalam industri pengiriman dan distribusi di Indonesia. Dengan fondasi kuat yang dibangun atas keberhasilan Meratus sebagai perusahaan pionir di bidangnya, M-Global Logistics mewarisi dan mengembangkan keunggulan dan keahlian tersebut yang telah menjadi penentu arah dalam penyediaan solusi logistik terpadu, melebarkan cakupan layanan dari pengiriman via jalur laut hingga merambah ke berbagai aspek layanan logistik. Dengan memanfaatkan jaringan yang merata di seluruh Indonesia, perusahaan ini menawarkan solusi terintegrasi, mencakup pengiriman via udara, layanan gudang dan distribusi, pengiriman *multimodal*, dan beragam layanan lainnya. Integrasi ini menjadikan M-Global Logistics sebagai pemain kunci dalam ekosistem logistik di Indonesia. Sebagai bukti kinerja dan kepercayaan pelanggan, M-Global Logistics telah berhasil menangani klien-klien ternama seperti PT. Newmont Nusa Tenggara, PT Batutua Tembaga Raya, PT Weda Bay Nickel Indonesia, Genting Oil Kasuri PTE LTD, BP Berau LTD, PT Agincourt Resources (Martabe Gold Mining) PT International Nickel Indonesia, dan PT DSM Kaltim Melamine dengan berbagai scope yang beragam. Dengan cakupan layanan yang mencakup *Transporter Services for Rig*, mobilisasi material dan peralatan drilling, dukungan logistik, pengiriman global, ESP Project, dan lain sebagainya, M-Global Logistics meneguhkan posisinya sebagai penyedia jasa

logistik yang terpercaya.

### 2.1.1 Visi Misi

Visi misi merupakan salah satu hal yang sangat fundamental dalam menentukan arah dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan serta memberikan kerangka kerja untuk pengambilan keputusan yang strategis. Dengan memiliki visi dan misi yang kuat maka akan membantu perusahaan dalam membangun citra merek yang positif dimata masyarakat. Maka dari itu, pentingnya sebuah perusahaan memiliki visi dan misi yang jelas sebagai panduan dalam menjalani kegiatan pada perusahaan. Berikut visi dan misi perusahaan M-Global Logistics:

- Visi Perusahaan

Visi utama dari M-Global Logistics *“Delivering the future of maritime and integrated logistics”*

- Misi Perusahaan

Misi utama dari M-Global Logistics *“To stay ahead by focusing on:*

- *Maritime and Logistics Development*
- *Digitalization, Innovation, and Transformation*
- *Agile & Consumer-Centric Organization*
- *Developing and Empowering Young Talented Human Capital*

### 2.1.2 Logo Perusahaan

**Gambar 2.1 Logo M-Global Logistics**



Sumber: M-Global Logistics, 2024

M-Global Logistics sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang logistik memiliki logo yang menggabungkan dua warna merah dan biru dalam logonya.

Pemilihan warna merah dan biru ini mengikuti warna dari logo perusahaan Meratus

Group. Warna merah dalam logo mewakili semangat dari perusahaan dalam menghadapi tantangan dalam mencapai kesuksesan. M-Global Logistics selalu memberikan kontribusi terbaiknya dalam memberikan solusi kepada mitra bisnis. Selain itu warna merah juga merepresentasikan gambaran kepemimpinan, mengingat M-Global Logistic merupakan anak perusahaan Meratus, perusahaan pertama yang berhasil mengintegrasikan pelayaran dan logistik di Indonesia. Warna merah ini juga menunjukkan tekad akan perusahaan untuk mencapai visi perusahaan. Warna biru dalam logo M-Global Logistics merepresentasikan sifat dapat diandalkan dan kepercayaan. Warna ini ingin mengkomunikasikan kepada khalayak bahwa M-Global Logistics merupakan mitra bisnis terpercaya dan dapat diandalkan, sehingga membangun rasa percaya bagi konsumen maupun pemangku kepentingan. Selain itu, warna biru dalam logo ini menunjukkan bahwa perusahaan sangat kompeten dan memiliki standar yang tinggi dalam pelayanan dan produknya. Berdasarkan gambar logo 2.0 yang penulis lampirkan, dapat dilihat pada bagian sebelah kanan atas terdapat logo merah kecil. Logo tersebut merupakan logo perusahaan Meratus Group yang diletakan pada ujung kanan sebagai sebuah representasi bahwa M-Global Logistics merupakan salah satu bagian dari Meratus Group.

### **2.1.3 Layanan dalam Perusahaan**

Sebagai penyedia jasa logistik terpercaya di Indonesia, M-Global Logistics menyediakan beberapa layanan yang dapat membantu mitra bisnis dalam menghadapi tantangan dan permasalahan dalam rantai pasok. Berikut beberapa layanan yang disediakan oleh M-Global Logistics sebagai mitra terpercaya:

#### ***1. Sea Freight***

Perdagangan internasional memainkan peran dalam pertumbuhan ekonomi, dengan perpindahan *cargo* dari satu tempat menuju tempat lainnya, yang pada umumnya mengandalkan transportasi laut. Sehingga, sangat penting untuk memiliki mitra bisnis yang dapat membantu pengiriman melalui jalur laut. M-Global Logistics hadir dengan memanfaatkan jaringan laut global dan mitra layanan yang andal,

menyediakan solusi pengiriman yang fleksibel. Dalam pengiriman melalui jalur

laut, layanan M-Global Logistics dibagi kedalam tiga jenis pengiriman yaitu *Full Container Load Service*, *Less than Container Load Service* dan *Reefer Container*.

### **Gambar 2.2 Layanan M-Global Logistics Sea Freight**



Sumber: Dokumentasi Tim Creative Meratus, 2024

#### ***a. Full Container Load (FCL) Service***

Layanan pengiriman *Full Container Load* adalah kategori pengiriman di mana satu muatan menggunakan seluruh kapasitas sebuah kontainer, memberikan solusi transportasi yang efisien dan aman, karena semua barang dalam kontainer tidak bercampur dengan barang milik orang lain. M-Global Logistics menyediakan dua jenis ukuran kontainer, yaitu *20 feet* dan *40 feet*. Layanan *Full Container Load* juga meliputi layanan *Door-to-Port*, *Port-to-Door*, dan *Door-to-Door*.

#### ***b. Less than Container Load (LCL) Service***

Layanan pengiriman *Less than Container Load* adalah kategori pengiriman di mana barang dikirim dalam volume kecil tanpa membayar seluruh kontainer. Layanan *Less than Container Load* M-Global Logistics memberikan kemudahan bagi mitra bisnis yang ingin mengirimkan barang tanpa harus mengisi seluruh kontainer dengan menggabungkan banyak



barang kiriman dari berbagai pengiriman lainnya yang disusun dalam satu

kontainer. Dengan pengiriman ini, tentunya mitra bisnis akan menghemat biaya lebih.

### **c. Reefer Container**

Layanan *Reefer Container* merujuk pada pengiriman barang yang memerlukan lingkungan suhu terkendali. *Reefer Container* memiliki komponen yang berbeda dengan kontainer biasanya, dimana *reefer container* memiliki beberapa komponen utama seperti kompresor, kondensor, *expansion valve*, evaporator.

**Gambar 2.3** *Komponen Reefer Container*



Sumber: Dokumentasi Tim Creative Meratus, 2024

Komponen tersebut yang bekerja dalam menjaga suhu, kelembaban, dan atmosfer konstan sepanjang waktu pengiriman. Layanan *reefer container* M-Global Logistics mengizinkan mitra bisnis untuk dapat mengatur suhu dalam ruang kontainer yaitu dari rentan suhu +18°C sampai -25°C. Untuk ukuran dari *reefer container* tersedia dalam dua ukuran yaitu reefer 20 HC feet dan reefer 40 HC feet. *Reefer Container* ini biasanya digunakan untuk mengirimkan beberapa jenis kargo seperti *chilled cargo*, *frozen cargo*, dan *special cargo*.

## **2. Air Freight**

M-Global Logistics sebagai mitra bisnis yang mengetahui pentingnya waktu dalam kegiatan bisnis mitranya, M-Global Logistics berkomitmen untuk membantu pengiriman yang membutuhkan waktu yang cepat. Dengan memanfaatkan jaringan udara yang luas dan mitra yang dapat diandalkan, M-Global Logistics menyediakan solusi transportasi udara yang efisien dan hemat biaya secara global, memastikan keunggulan operasional baik di dalam negeri maupun internasional. Berikut jenis dari pengiriman udara yang ditawarkan oleh M-Global Logistics:

### **a. Air Freight - Charter**

*Air Freight "Charter"* adalah layanan yang menyediakan sewa eksklusif seluruh pesawat untuk mengangkut barang. Layanan ini dirancang untuk membawa jumlah kargo maksimal dengan aman karena seluruh pesawat diisi dengan barang penyewa jasa dan tidak bercampur dengan barang milik pihak lain.

### **b. Air Freight - Multimodal Shipment**

*Air Freight "Multimodal Shipment"* atau yang dikenal sebagai logistik multimodal merupakan layanan pengiriman barang yang memerlukan penggabungan beberapa mode transportasi seperti udara, laut, darat, dan rel untuk mengangkut barang dari satu tempat ke tempat lain dengan satu kontrak transportasi. Layanan *Air Freight "Multimodal Shipment"* biasanya dimanfaatkan untuk pergerakan kargo yang efisien, fleksibilitas, dan hemat biaya.

## **3. Warehouse and Transport**

M-Global Logistics tidak hanya menyediakan jasa pengiriman melalui udara dan laut saja, tetapi juga menyediakan layanan *Warehouse and Transport*. Layanan *warehouse* yang ditawarkan oleh M-Global Logistics menyediakan fasilitas untuk penyimpanan barang sebelum dikirimkan ke tujuan, biasanya layanan ini digunakan untuk pengiriman jarak jauh dan memerlukan beberapa transit di beberapa titik tujuan. Hal ini akan membantu pengiriman lebih efektif dan efisien. Sedangkan

layanan *Transport* merupakan layanan jasa pengiriman barang melalui jalur darat,

yang membantu proses distribusi barang, sehingga membantu melancarkan proses pemenuhan kebutuhan pokok di masyarakat.

**a. Warehouse**

Gudang menjadi penghubung penting dalam rantai pasok, yang mana dapat menghubungkan pemasok dengan pelanggan. Sehingga, M-Global Logistics menyediakan layanan penyimpanan gudang untuk dapat membantu memastikan barang dan material mengalir dengan lancar. M-Global Logistics menyediakan layanan gudang dengan lokasi strategis, di mana mitra bisnis dapat menyimpan barang sebelum didistribusikan sehingga dapat membantu mengoptimalkan rantai pasok.

**Gambar 2.4 Layanan Gudang M-Global Logistics**



Sumber: Dokumentasi Tim Creative Meratus, 2024

**b. Transport**

Rantai pasok yang efektif juga berkaitan erat dengan pengiriman produk ke tujuan yang tepat. M-Global Logistics menyediakan layanan *transport* hemat biaya, efisien, serta fleksibilitas. Hal ini diutamakan oleh M-Global Logistics untuk dapat memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kepuasan

dari pelanggan.

#### **4. Custom Clearance**

Dalam kegiatan pelayaran dan logistik tentunya akan melibatkan sebuah proses ekspor impor. M-Global Logistics hadir membantu mitra bisnis dengan menyediakan layanan *custom clearance*, untuk memastikan proses pengiriman yang lancar saat melalui proses bea cukai. Layanan yang disediakan M-Global Logistics ini menjadi sebuah jembatan yang menghubungkan bisnis mitra dengan ketentuan proses bea cukai, agar barang-barang mitra dapat melewati proses bea cukai dengan aman.

#### **5. Industrial Project Solutions**

M-Global Logistic menyediakan layanan yang dapat membantu mitra bisnis dalam menghadapi tantangan dari proyek-proyek logistik. M-Global Logistics sebagai mitra terpercaya menawarkan layanan yang dapat membantu menyelesaikan permasalahan dan tantangan dengan memberikan solusi terbaik untuk proyek logistik setiap mitra bisnisnya. Dalam layanan ini, M-Global Logistics menyediakan beberapa opsi yang dapat membantu permasalahan dalam proyek logistik mitranya, seperti *multi-modal transportation; sea freight, roll on/roll off, containerized and oversized cargo, air freight, agency and chartering, land transportation, project logistics management; project on-site planning, warehousing, delivery and on-site erection*.

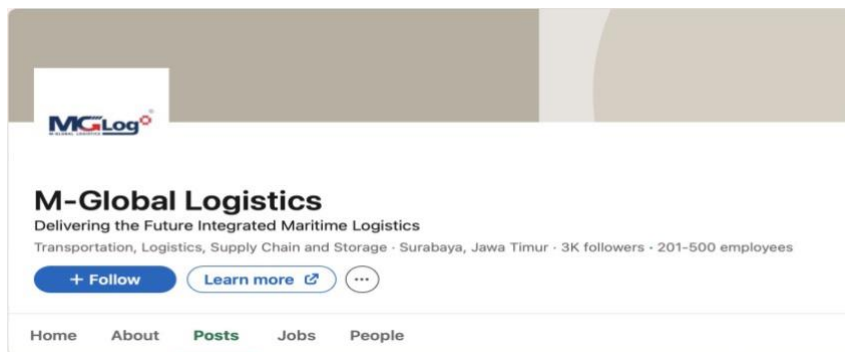
M-Global Logistics sebagai perusahaan yang mengedepankan teknologi dan inovasi, tentunya tidak lepas dari penggunaan pemasaran dengan media digital. Oleh sebab itu, perusahaan ini mempunyai dua media sosial utama yaitu *Instagram* dan *LinkedIn*. Akun *Instagram* dari M-Global Logistics (@mglog.id) dibentuk pada bulan Mei 2022, tetapi pada saat itu akun *Instagram* M-Global Logistics dinilai kurang aktif mengunggah konten baik secara kiriman *feeds* maupun *story*. Hingga saat ini, akun *Instagram* M-Global Logistics memiliki 1,456 pengikut, dengan 39 postingan. Semenjak penulis bergabung sebagai tim di M-Global Logistics, penulis diminta secara rutin mengunggah konten satu minggu sekali tepatnya di hari Senin dan dimulai dari bulan Februari minggu kedua.

**Gambar 2.5 Akun *Instagram* M-Global Logistics**



Sumber: Olahan Penulis, 2024

**Gambar 2.6 Akun *LinkedIn* M-Global Logistics**



(Sumber: Olahan Penulis, 2024)

Untuk akun *LinkedIn* dari M-Global Logistics, memiliki 2,792 *followers*, dan sama seperti akun *Instagram*, akun *LinkedIn* M-Global Logistics juga dianggap masih jarang mengunggah konten.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

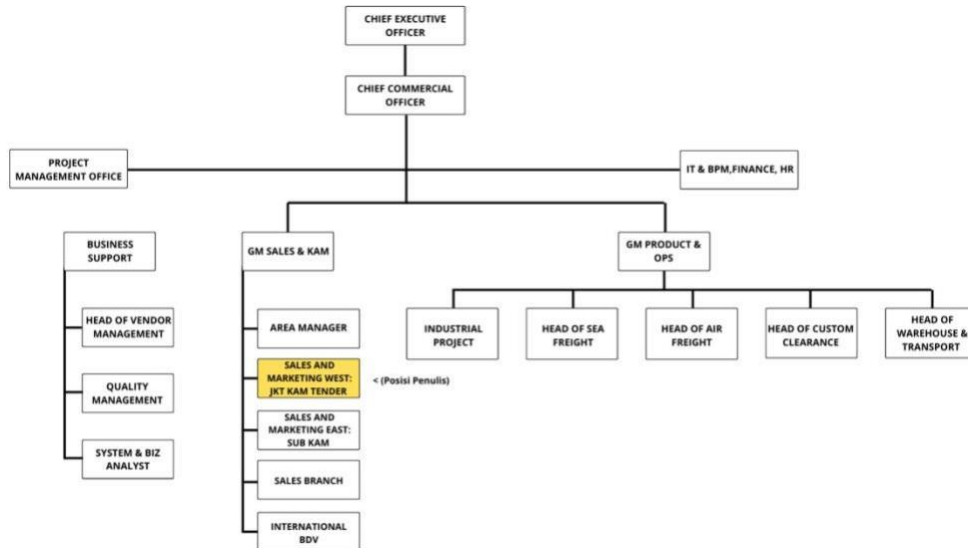
M-Global Logistics dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO), dibawah oleh *Chief Commercial Officer* (COO), lalu *Project Management Office* (PMO) dan *Information and Technology & BPM, FINANCE*, dan HR dalam kedudukan yang sama, lalu dibawah terdapat GM Sales & KAM serta GM Product & OPS. GM Sales & KAM mengatasi beberapa divisi seperti *Area Manager, Sales (West), Sales (East), Sales Branch*, dan *International BDV*. Untuk GM Product &



OPS mengatasi beberapa *head of product* dari masing-masing layanan seperti

*Industrial Project, Sea Freight, Air Freight, Custom Clearance, Warehouse and Transport.*

**Gambar 2.7 Struktur Organisasi Perusahaan**



(Sumber: Olahan Penulis, 2024)

Dalam struktur organisasi yang telah penulis lampirkan, penulis mengisi posisi *marketing Communication* yang berada di bawah departemen *sales and marketing*, di dalam departemen ini dibagi kembali menjadi dua tim yaitu tim *marketing communication* berposisi di Jakarta, yang memiliki tugas membuat strategi pemasaran, mengelola dan mengembangkan kegiatan promosi dan pemasaran, sedangkan tim *corporate communication* berkedudukan di *Head Office*, Surabaya memiliki tugas menjalankan dan membangun strategi dari segala jenis bentuk komunikasi perusahaan baik internal dan eksternal, menjaga reputasi perusahaan, mengawasi setiap program *Corporate Social Responsibility (CSR)* maupun membentuk langkah-langkah untuk mencegah krisis yang mungkin terjadi.

### 2.2.1 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Departemen tempat penulis menduduki posisi magang ini memiliki peran dan tanggung jawab atas menjaga hubungan baik dengan pihak eksternal maupun pihak internal. Dalam divisi ini, dibagi ke dalam dua divisi, yaitu divisi *corporate communication* dan divisi *marketing communication*. Divisi *corporate communication* bertanggung jawab atas setiap hubungan eksternal perusahaan, dapat dikatakan bahwa divisi *corporate communication* memiliki peran penting dalam membangun citra perusahaan baik di mata masyarakat, investor, maupun karyawan. Divisi *corporate communication* bertanggung jawab dalam menciptakan reputasi yang baik dan menyampaikan pesan kepada pihak luar sehingga membangun *branding* dari perusahaan. Selain itu, divisi ini juga yang membantu perusahaan saat mengalami krisis, setiap perusahaan tentunya akan mengalami krisis dan hal tersebut memerlukan langkah penyelesaian yang benar dan baik sehingga tidak menurunkan citra perusahaan di masyarakat. Divisi *marketing communication* berfokus kepada seluruh bentuk pemasaran yang ada, mencakup promosi hingga pemasaran melalui media sosial. Tujuan utama dari divisi *marketing communication* adalah membangun *brand awareness* dan *engagement* M-Global Logistics melalui media digital. Dalam praktik kerja magang, penulis mengisi posisi *marketing communication* yang memiliki tugas utama yaitu merancang strategi pemasaran yang sesuai untuk perusahaan dengan lingkup B2B. Strategi pemasaran yang disusun oleh penulis seperti membuat konten-konten informatif dan menarik, membuat bahan promosi yang dapat berguna baik untuk sisi internal dan eksternal. Konten-konten informatif yang dibagikan dalam media sosial M-Global Logistics diharapkan dapat membangun *brand awareness* terhadap brand M-Global Logistics sebagai penyedia jasa logistik terpercaya di Indonesia. Selain itu, bahan promosi yang disusun berupa *e-booklet* diharapkan dapat membangun *awareness of brand benefit* dari layanan M-Global Logistics, serta membangun *interest* para calon pelanggan yang pada akhirnya bertujuan untuk melakukan *action* terhadap pembelian (*generating sales*). Berikut penjabaran pekerjaan yang dilakukan selama praktik kerja magang, yaitu sebagai berikut:

1. Menyusun *Product Introduction Material*

Membuat *Product Introduction Material* sebagai bentuk bahan yang digunakan untuk mempelajari mengenai layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. *Product Introduction Material* ini disusun dalam bentuk *powerpoint* yang mengikuti *template* ketentuan dari perusahaan, informasi disajikan dengan padat dan tidak bertele-tele, agar penerima informasi mengerti dengan mudah layanan dan keunggulan yang ditawarkan oleh perusahaan. *Product Introduction Material* ini berguna sebagai bahan pembelajaran bagi sisi internal perusahaan dan sebagai *awareness of brand benefit* kepada sisi eksternal perusahaan.

2. Menganalisis Media Sosial Kompetitor

Dengan menganalisis media sosial dari kompetitor yang memiliki bidang yang sama dengan M-Global Logistics ini, bermanfaat untuk mengetahui posisi produk perusahaan dibanding dengan produk lain, selain itu dilakukan untuk mengidentifikasi ancaman, kelemahan, kekuatan, atau peluang pesaing. Dalam analisis kompetitor, hal-hal yang dilakukan meliputi menganalisis konten untuk membuat sebuah strategi baru dan sebagai referensi untuk konten-konten yang akan diproduksi selanjutnya.

3. Membuat *Content Plan Calendar* untuk Media Sosial

Merencanakan jadwal untuk mengunggah konten diperlukan untuk membantu konsistensi dalam penerbitan konten. Dalam penyusunan *content plan calendar* ini berdasarkan kesiapan desain konten, hari-hari besar.

4. Memberikan Ide Kreatif untuk Topik Konten

Memikirkan topik-topik kreatif yang akan diangkat pada setiap kontennya. Penulis memutuskan untuk mengangkat topik yang berbeda setiap bulannya berdasarkan setiap layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Setiap konten yang disusun selama jangka satu tahun ini, akan membentuk sebuah konsep *storytelling*.

5. Merancang Isi Konten Media Sosial

Setelah menentukan topik besar yang ingin diangkat dalam setiap konten, maka penulis juga harus memikirkan cara pengemasan konten beserta isi

yang akan disampaikan kepada *audiens*. Tentunya pengemasan konten

harus menarik dan tidak monoton, sehingga para *audiens* tidak merasa bosan dengan konten-konten yang diunggah. Cara penyajian konten dalam media sosial M-Global Logistics lebih mengarah kepada sisi formal karena mengingat konteks perusahaan ini adalah perusahaan B2B.

#### 6. Mendesain Konten Media Sosial

Menyusun desain pada setiap konten yang akan diunggah di media sosial M-Global Logistics. Desain yang dibuat mengikuti *template* yang telah ditentukan oleh perusahaan, dengan dominan warna merah, biru dan putih. Lalu menyertakan logo perusahaan di bagian atas kiri halaman dan kontak perusahaan di bagian bawah halaman. Dalam mendesain konten menggunakan platform *Canva*.

#### 7. Membuat *Caption* Media Sosial

Menyusun *copywriting* untuk *caption* pada media sosial secara menarik. *Caption* media sosial M-Global Logistics biasanya singkat, mudah dipahami, berisi kalimat *call to action*, serta di akhir kalimat selalu menyertakan *hashtag* yang relevan dengan postingan yang diunggah. Gaya *caption* dari konten M-Global Logistics biasanya diawali dengan kalimat ajakan atau fakta menarik terkait hal yang sedang dibahas di dalam konten tersebut.

#### 8. Menyusun Konsep *E-Booklet* sebagai Media Promosi

Membuat dan merancang konsep besar untuk *e-booklet* pada setiap layanan yang ditawarkan oleh M-Global Logistics. *E-booklet* ini akan digunakan sebagai media promosi, pemasaran, serta bahan pembelajaran bagi sisi internal perusahaan. Penulis merancang enam *e-booklet* yang berbeda dengan setiap konsep yang berbeda pula. Sebelum menyusun konsep ini, penulis telah melihat referensi terlebih dahulu dari kompetitor lain, sebagai sebuah bahan acuan.