

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam, salah satu sumber daya alam yang menjadi kekayaan Indonesia adalah hasil tambang, khususnya minyak dan gas bumi. Indonesia merupakan salah satu produsen minyak dan gas bumi dengan cadangan yang tersebar hampir diseluruh wilayah Indonesia (Setyono, 2021). Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), tren produksi minyak dan gas bumi di Indonesia selama >10 tahun terakhir menunjukkan pergeseran yang signifikan. Produksi gas bumi terus mendominasi dibandingkan dengan minyak bumi, sementara tingkat produksi minyak mengalami tren penurunan yang cukup drastis. Pada tahun 2010, produksi minyak bumi tercatat sebesar 344.888,0 ribu barel, namun angka ini mengalami penurunan menjadi 221.088,9 ribu barel pada tahun 2023. Sementara itu, produksi gas bumi juga menunjukkan penurunan dari 3.407.592,3 MMscf pada tahun 2010 menjadi 2.420.059,5 MMscf pada tahun 2023. Penurunan ini menunjukkan adanya tantangan besar dalam sektor migas nasional, termasuk faktor cadangan yang semakin menipis, teknologi eksplorasi yang semakin kompleks, serta dinamika pasar energi global yang fluktuatif. Maka dari itu, Industri minyak dan gas bumi memainkan peran penting dalam pemenuhan kebutuhan energi dunia. Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan daya saing agar dapat bertahan dan mencapai kesuksesan (Wati, 2024).

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di industri migas, PT Pertamina Drilling Services Indonesia (PDSI) memiliki peran strategis dalam mendukung proses eksplorasi dan eksploitasi minyak dan gas bumi serta pengeboran panas bumi di Indonesia (Arifin, 2020). Sebagai anak perusahaan PT Pertamina Hulu Energi (PHE), PDSI berperan sebagai

penyedia jasa pengeboran serta berbagai layanan pendukung lainnya yang memastikan kelancaran kegiatan eksplorasi dan eksploitasi migas. Dengan dukungan teknologi yang terus berkembang serta sumber daya manusia yang kompeten, PDSI terus berupaya meningkatkan efisiensi operasional dan mendukung keberlanjutan industri migas nasional di tengah tantangan global yang semakin kompleks.

Dalam menjalankan operasionalnya, Divisi *Marketing* menjadi salah satu fungsi penting bagi PDSI, mengingat perusahaan beroperasi di sektor jasa pengeboran minyak, gas bumi, dan panas bumi. Sebagai bagian dari Pertamina Hulu Energi (PHE), strategi pemasaran yang efektif dan efisien menjadi aspek krusial bagi PDSI untuk meningkatkan daya saing, memenangkan persaingan bisnis, serta mendukung ketahanan energi nasional. Dengan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat memperluas jangkauan layanan, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta mengoptimalkan peluang pertumbuhan bisnis di industri migas yang kompetitif.

Salah satu bagian penting dalam divisi ini adalah Fungsi *Marketing Account Reg 4, 5 & Geothermal*, yang tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga berperan dalam merancang strategi pemasaran, memastikan komunikasi yang efektif dengan mitra bisnis, serta membangun hubungan jangka panjang dengan klien korporat. Sebagai penghubung utama antara perusahaan dan pelanggan, fungsi ini bertanggung jawab untuk memahami kebutuhan klien, berkoordinasi dengan tim internal termasuk tim operasional, teknik, dan keuangan serta memastikan solusi yang ditawarkan sesuai dengan kapabilitas perusahaan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat terjaga dalam jangka panjang, sekaligus memperkuat posisi perusahaan di industri migas.

Magang di divisi ini memberikan kesempatan bagi pemegang untuk memperoleh pengalaman langsung dalam pengelolaan komunikasi bisnis, terutama dalam konteks *business-to-business* (B2B). B2B mencakup

aktivitas membangun hubungan yang saling menguntungkan antar organisasi dan banyak individu didalamnya (Lilien, 2022). Selain itu, pemegang juga menggunakan konsep dari Customer Relationship Management (CRM). Industri energi membutuhkan strategi komunikasi yang terarah agar perusahaan dapat menjalin kerja sama yang solid dengan berbagai pemangku kepentingan. Melalui program magang ini, pemegang dapat mempelajari bagaimana perusahaan membangun hubungan dengan klien, mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, serta menghadapi tantangan dan peluang dalam industri energi. Dengan pengalaman ini, pemegang akan memiliki wawasan yang lebih luas dan keterampilan yang lebih siap untuk menghadapi dunia kerja di masa depan.

Dalam laporan magang yang dirancang oleh pemegang berfokus pada konsep dari Customer Relationship Management (CRM) untuk menjadi perspektif utama dalam laporan ini, yang dimana Customer Relationship Management (CRM) merupakan pendekatan bisnis yang menempatkan pelanggan sebagai pusat dari seluruh aktivitas perusahaan. Keberhasilan perusahaan sangat ditentukan oleh seberapa baik membangun dan menjaga hubungan dengan pelanggan (Ngelyaratan & Soediantono, 2022). Tujuan utama CRM bukan hanya berfokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antar perusahaan dan juga pelanggan, baik dalam B2B atau B2C.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Maksud dari mengikuti program magang ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan akademis di Universitas Multimedia Nusantara (UMN), dan sebagai pengalaman profesional untuk memahami dunia kerja secara langsung. Peserta magang memiliki kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari di perkuliahan ke dalam praktik nyata. Melalui magang ini, peserta magang dapat memperoleh wawasan

yang lebih luas mengenai strategi pemasaran, pengelolaan klien, serta komunikasi bisnis yang efektif.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Berikut Tujuan dari program magang di PT Pertamina Drilling Services Indonesia (PDSI);

1. Untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa magang dalam bidang Marketing Account, khususnya mengetahui peran komunikasi dalam marketing. Mengembangkan keterampilan dalam *Customer Relationship Management (CRM)*, belajar bagaimana membangun dan menjaga hubungan baik dengan klien dan stakeholder, memahami kebutuhan pelanggan, serta menyusun komunikasi yang tepat untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.
2. Mengaplikasikan ilmu komunikasi dalam dunia kerja, konsep dan teori yang dipelajari semasa kuliah seperti *B2B Communication, Direct Marketing, Effective Persuasive Communication, dan Internal Communication* dapat diterapkan dalam berbagai aktivitas di PT Pertamina Drilling Services Indonesia (PDSI).

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Program magang di PT. Pertamina Drilling Services Indonesia (PDSI) berlangsung selama 5 bulan, dimulai pada tanggal 6 Januari 2025 hingga 30 Mei 2025. Kegiatan magang dilaksanakan dari hari Senin hingga hari Jumat dengan jam kerja selama 9 jam per hari, yaitu mulai pukul 07.00 WIB hingga 16.00 WIB. Peserta magang melaksanakan kegiatan di kantor PT Pertamina Drilling Services Indonesia (PDSI) yang berlokasi di Millennium Centennial Center (MCC) Tower, lantai 15-16, Jl. Jendral Sudirman Kav. 25, Setiabudi, Jakarta Selatan 12920.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menyelesaikan minimal 90 SKS serta tidak memiliki nilai D atau E.
- 3) Melakukan permohonan transkrip nilai sementara dari semester awal hingga terakhir melalui form yang tersedia di laman www.gapura.umn.ac.id.
- 4) Mahasiswa diberi kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui Google Form yang dibagikan melalui email. Form ini digunakan untuk verifikasi kesesuaian tempat magang dan memperoleh KM-02 berupa surat pengantar magang dari Kepala Program Studi.
- 5) Setelah memperoleh tempat magang yang memenuhi syarat, mahasiswa dapat mengisi dan mengunggah KM-01 di myumn.ac.id.
- 6) Mahasiswa kemudian mengunduh dokumen-dokumen pendukung untuk laporan magang, yaitu KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Absensi Kehadiran Magang), KM-05 (Laporan Realisasi Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), dan KM-07 (Verifikasi Laporan Magang).

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengirim Curriculum Vitae (CV) dan Portofolio pada tanggal 9 Desember 2024 kepada pihak Human Resource (HR).
- 2) Interview singkat melalui *Microsoft Teams* oleh Supervisor dan Manajer divisi pada tanggal 20 Desember 2024.

- 3) Proses penerimaan praktik kerja magang di PT Pertamina Drilling Services Indonesia (PDSI) dengan menerima pesan lolos seleksi melalui whatsapp Human Resource pada tanggal 20 Desember 2024 dan mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 2 Januari 2025 yang ditandatangani oleh *Manager HC Business Partner & Services*.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Magang dilakukan di posisi Marketing Account Reg 4, 5 & Geothermal di bawah departemen Marketing & Commercial.
- 2) Selama pelaksanaan, pemagang dibimbing secara langsung oleh Dora Indah, selaku Assistant Manager Marketing Account yang juga berperan sebagai supervisor.
- 3) Pengisian dokumen KM-03 hingga KM-07 dilakukan selama periode magang berlangsung, dan KM-06 (penilaian) diserahkan ke pembimbing lapangan menjelang akhir masa magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Proses penyusunan laporan dibimbing oleh dosen pembimbing, Bapak Silvanus Alvin, melalui pertemuan daring via Microsoft Teams.
- 2) Setelah laporan selesai, mahasiswa menyerahkannya untuk direview dan disetujui oleh Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan yang sudah mendapatkan persetujuan akan diajukan untuk proses sidang.

E. Laporan Praktik Kerja Magang disetujui dan dilanjutkan dengan proses sidang.