

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara kepulauan tentu akan membutuhkan mode transportasi yang *reliable* untuk menghubungkan industri-indurstri mulai dari pusat produksi, distribusi, dan sektor ekspor-impor. Logistik berbasis laut atau disebut maritim telah menjadi mode transportasi yang paling banyak digunakan oleh pasar perdagangan global sebanyak 80% (Li et al., 2025). Hal ini disebabkan karena logistik berbasis laut dapat menampung volume atau kapasitas dalam jumlah yang sangat besar dengan harga yang cenderung lebih murah ketimbang dengan mode transportasi atau logistik lainnya. Di Indonesia, efisiensi dari sektor logistik itu terdiri dari dua faktor yaitu dalam perkembangan infrastruktur dan peningkatan teknologi digital. Perkembangan infrastruktur akan memperlancar proses pengiriman menjadi lebih cepat dan efisien sedangkan peningkatan teknologi akan memperlancar proses komunikasi antarpihak.

Pemerintah Indonesia telah membantu dengan menjadikan sektor logistik maritim sebagai salah satu prioritas dalam perkembangan infrastruktur dengan program “Tol Laut”. Program tersebut terdiri dari pengembangan seperti meningkatkan kapasitas pelabuhan, fasilitas, serta menambahkan sistem digital untuk meningkatkan performa dan efisiensi dari proses logistik. Peningkatan tersebut diharapkan agar mampu mengurangi biaya logistik Indonesia sekitar 23% dari PDB (Produk Domestik Bruto) sementara di negara maju hanya sebesar 10% (Kementerian Perhubungan RI, 2023).

Tantangan utama industri logistik Indonesia dalam segi infrastruktur dan teknologi terdapat ada hal seperti kurangnya pembangunan terhadap wilayah-wilayah yang lebih terpencil uuang menyebabkan masalah seperti rendahnya kapasitas penyimpanan, dan tingginya arus masuk keluar kapal pada pelabuhan. Menyebabkan waktu tunggu dalam dermaga yang tinggi yang juga membuat biaya logistik meningkat dan mengurangi efisiensi logistik. Selain itu, kurangnya

teknologi digital yang memadai membuat komunikasi yang tidak efektif dan transparansi yang rendah dan dapat menurunkan kepercayaan dari Industri logistik Indonesia.

Perusahaan logistik sekarang tidak hanya dilihat sebagai perusahaan yang menyediakan jasa pengantaran saja dari titik A ke titik B. Namun, perusahaan logistik sekarang banyak dilihat oleh perusahaan produksi sebagai potensi rekan kerja sama yang akan banyak membantu dalam kelancaran distribusi kepada pasar perdagangan global. Alasan utama dari hal tersebut adalah perusahaan produksi ingin mendapatkan keuntungan lebih dari segi efisiensi waktu, dan penurunan biaya sehingga keuntungan dapat meningkat dan berkesempatan untuk mendapatkan peluang bisnis yang lebih banyak. Hal tersebut menjadi alasan mengapa perusahaan logistik saat ini harus mampu untuk mempelajari apa saja kebutuhan dari klien mereka yang menjadi dasar tentang bagaimana perusahaan logistik membangun relasi dan cara mereka beroperasi.

Industri pelayaran *bulk logistics* khususnya di Indonesia menghadapi tantangan dimana tingginya tingkat kompetisi antarperusahaan dengan banyaknya perusahaan yang mengoperasikan kapal dengan kontrak jangka pendek. Hal tersebut menyebabkan persaingan harga menjadi semakin ketat dan menurunkan margin pendapatan bersih suatu perusahaan karena biaya bahan bakar dan operasional kapal yang fluktuasi dan cenderung untuk terus meningkat dalam segi harga. Untuk bertahan dalam pasar yang kompetitif seperti *dry bulk logistics* ini, perusahaan memerlukan keunggulan kompetitif dalam beberapa hal tertentu seperti dari segi efisiensi operasional, layanan, dan kemampuan untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan klien.

Dalam menghadapi industri dengan tingkat persaingan yang ketat, diperlukan divisi dalam perusahaan yang bertanggungjawab dalam memelihara dan menjaga hubungan pelanggan yaitu divisi komersial. Divisi komersial dalam suatu perusahaan logistik bekerja untuk menganalisa peluang bisnis, menjaga hubungan dengan klien, dan negosiasi kontrak. Divisi komersial sangat membutuhkan strategi komunikasi dan keahlian dalam menjaga hubungan dengan pelanggan akan

meningkatkan loyalitas. Repitasi sebuah perusahaan logistik itu terbentuk dari kumpulan pengalaman klien yang memiliki respon baik atas jasa dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan seperti keandalan operasional, dan komunikasi yang konsisten yang telah ditunjukkan dari satu waktu ke waktu yang lain. Komunikasi antarbisnis yang terstruktur akan membentuk hubungan jangka panjang dan menjadi fondasi dalam membangun reputasi dari suatu perusahaan di tengah pasar industri yang bersaing (Buttle et al., 2015).

PT Asian Bulk Logistics (ABL) merupakan salah satu perusahaan logistik yang fokus dalam menjual layanan *dry bulk shipping* dan *transshipment*. PT ABL menyediakan solusi logistik bagi industri yang membutuhkan angkutan muatan esar seperti kapal tongkang, *floating crane*, *barging*, dan *port management* (Asian Bulk Logistics., 2025). PT ABL telah narhasil ekspansi jangkauan bisnisnya tidak hanya di Indonesia saja, melainkan mendunia di negara seperti Switzerland, Australia, dan Afrika dengan kombinasi layanan logistik darat menggunakan kereta, dan *port management*.

Dalam perusahaan seperti PT Asian Bulk Logistics, keberhasilan tidak dapat diukur hanya melalui banyaknya *sales* atau kapasitas angkut. Namun juga dari nilai tambahan apa saja yang dapat diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan mereka seperti biaya yang lebih murah, dan kualitas yang terjamin, atau komunikasi yang transparan antar kedua pihak. Perusahaan yang mampu dalam menjaga kualitas tersebut akan memiliki loyalitas pelanggan yang kebih kuat dan efisiensi yang lebih tinggi yang menjadi kunci penting dalam bersaing dalam industri logistik.

Dalam topik magang dan mengetahui aktivitas dari divisi komersial dalam PT ABL, penulis ingin mengetahui lebih dalam mengenai keterkaitan dari teori komunikasi bersama dengan operasional divisi komersial PT ABL. Penulis tidak hanya ingin mengetahui persamaan antar apa yang telah diperlajari selama diperkuliahannya dengan apa yang ada di lapangan, namun juga mengimplementasikan apa yang dipelajari dalam proses kerja magang. Melalui

proses magang, penulis dapat paham mengenai apa saja strategi komunikasi yang diterapkan dalam dunia kerja khususnya pada industri logistik.

Melakukan kerja magang di PT Asian Bulk Logistics menjadi salah satu cara bagi penulis untuk memahami dan juga mencoba untuk mengimplementasikan konsep dari komunikasi B2B, pemasaran, dan manajemen hubungan pelanggan. Dari kerja magang ini penulis akan mengetahui lebih lanjut dari aktivitas dan juga tanggung jawab dari saatu *staff* divisi komersial yang menjadi pendukung dalam proses operasional perusahaan logistik.

Induastri logistik Indonesia saat ini berada dalam tahap dan posisi yang bertumbuh akibat dar peningkatan infrastruktur dan teknologi. Divisi komersial dalam perusahaan logistik akan diberikan tanggung jawab untuk menjagakeseimbangan antar peningkatan efisiensi operasional dan target penjualan bisnis. Diperlukan tidak hanya pemahaman dalam cara berjualan dan negosiasi, namun juga strategi dalam menjaga hubungan dengan pelanggan di pasar yang berkompetisi. Memahami peran dan fungsi komersial dalam perusahaan logistik seperti PT Asian Bulk Logistics menjadi penting untuk melihat bagaimana praktik bisnis modern yang diterapkan dalam industri maritim Indonesia yang terus berkembang.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas komersial pada industri logistik maritim di PT Asian Bulk Logistics. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui proses kerja pada Departemen Komersial di industri Logistik PT Asian Bulk Logistics.
2. Mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan tentang komunikasi pada Departemen Komersial di industri logistik PT Asian Bulk Logistics.
3. Mengetahui Aktivitas *Commercial Intern* dalam PT ABL

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada Agustus sampai Desember 2025 dengan durasi delapan puluh hari kerja atau enam ratus empat puluh jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada Google Form pada tanggal 10 Juli 2025 yang diberikan kepada pihak PT Asian Bulk Logistics serta mengunggah Curiculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kedalam form tersebut.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di PT Asian Bulk Logistics dengan menerima pesan lolos seleksi melalui akun whatsapp resmi perusahaan pada tanggal 28 Juli dan mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada

tanggal 8 Agustus yang ditanda tangani oleh Ketua HR Officer PT Asian Bulk Logistics Hermawan.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *commercial* pada Departemen Komersil.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Commercial Staff Lead Lita Wulandari selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Cendera Rizky Anugrah Bangun selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Google Meet.
 2. Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

