

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor pengadaan barang dan jasa di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan perusahaan dan instansi terhadap sistem pengadaan yang efisien, akurat, dan tepat waktu. Dalam praktiknya, keberhasilan perusahaan pengadaan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menyediakan produk atau jasa sesuai spesifikasi, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam menjaga hubungan kerja sama yang berkelanjutan dengan pelanggan. Hubungan tersebut dibangun melalui komunikasi yang efektif, koordinasi yang terstruktur, serta pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan klien.

PT Mega Surya Bersama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengadaan barang dan jasa yang melayani berbagai klien institusional. Aktivitas perusahaan melibatkan proses komunikasi intensif dengan pelanggan, mulai dari tahap awal penawaran, pelaksanaan proyek, hingga penyelesaian administrasi. Dalam konteks ini, pengelolaan hubungan pelanggan menjadi aspek penting karena sebagian besar proyek bersifat jangka menengah hingga panjang dan melibatkan koordinasi lintas divisi di dalam perusahaan.

Pengelolaan hubungan pelanggan dalam perusahaan pengadaan tidak dapat dilepaskan dari peran *Customer Relationship Officer* (CRO). Customer Relationship Officer berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dan pelanggan, khususnya dalam memastikan kebutuhan klien tersampaikan dengan baik, informasi proyek dipahami secara jelas oleh semua pihak, serta komunikasi berjalan secara profesional. Aktivitas CRO mencakup pendampingan pertemuan dengan klien, penyampaian informasi proyek, pengelolaan dokumen administratif, serta koordinasi dengan divisi internal seperti marketing, procurement, finance, dan operasional proyek.

Dalam perspektif Ilmu Komunikasi, aktivitas *Customer Relationship Officer* berkaitan erat dengan komunikasi bisnis. Menurut Bovee dan Thill, komunikasi

bisnis berperan penting dalam mendukung kelancaran operasional organisasi, membangun pemahaman bersama, serta menciptakan hubungan kerja yang efektif antara perusahaan dan mitra bisnis. Aktivitas seperti meeting klien, penyusunan dokumen Purchase Order dan Surat Pesanan, serta koordinasi antar divisi merupakan bentuk komunikasi bisnis yang membutuhkan kejelasan pesan, ketepatan informasi, dan etika profesional.

Selain itu, aktivitas CRO juga melibatkan komunikasi antarpribadi. DeVito menjelaskan bahwa komunikasi antarpribadi yang efektif ditandai oleh keterbukaan, empati, dan kemampuan memahami sudut pandang pihak lain. Dalam praktik kerja magang, komunikasi antarpribadi terlihat ketika CRO berinteraksi langsung dengan klien dalam pertemuan, diskusi kebutuhan proyek, maupun koordinasi lanjutan. Kemampuan membangun hubungan interpersonal yang baik menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan dan kelangsungan kerja sama dengan pelanggan.

Aktivitas *Customer Relationship Officer* juga tidak terlepas dari komunikasi organisasi. Goldhaber menyatakan bahwa komunikasi organisasi berfungsi untuk mengoordinasikan aktivitas antar bagian dalam organisasi agar tujuan bersama dapat tercapai. Selama kegiatan magang di PT Mega Surya Bersama, penulis terlibat dalam proses koordinasi antara berbagai divisi internal untuk mendukung pelaksanaan proyek pengadaan. Komunikasi internal yang efektif menjadi kunci agar informasi terkait kebutuhan klien, dokumen proyek, dan progres pekerjaan dapat tersampaikan dengan baik dan tepat waktu.

Selama menjalani kegiatan magang di PT Mega Surya Bersama, penulis ditempatkan pada divisi yang menjalankan fungsi pengelolaan hubungan pelanggan dan terlibat langsung dalam aktivitas *Customer Relationship Officer*. Penulis mendampingi supervisor dalam pertemuan dengan klien, membantu pengelolaan dan verifikasi dokumen pengadaan seperti Purchase Order dan Surat Pesanan, serta berkoordinasi dengan divisi internal dalam pelaksanaan proyek pengadaan. Salah satu proyek yang diikuti adalah proyek refill Alat Pemadam Api Ringan (APAR), yang menuntut ketelitian administratif, komunikasi yang jelas dengan klien, serta

koordinasi yang baik antar divisi agar proyek dapat berjalan sesuai dengan kesepakatan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kegiatan magang merupakan bagian dari proses pembelajaran akademik yang bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja secara langsung kepada mahasiswa agar mampu memahami dinamika dunia profesional. Melalui kegiatan magang, mahasiswa dapat mengaplikasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi, ke dalam praktik kerja nyata di lingkungan perusahaan. Selain itu, magang juga menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan komunikasi, etika kerja, serta kemampuan beradaptasi dalam organisasi.

Pelaksanaan kerja magang di PT Mega Surya Bersama dimaksudkan untuk memberikan pemahaman mengenai aktivitas Customer Relationship Officer dalam perusahaan pengadaan barang dan jasa. Selama kegiatan magang, penulis terlibat secara langsung dalam berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pengelolaan hubungan pelanggan, komunikasi bisnis, serta koordinasi internal untuk mendukung kelancaran pelaksanaan proyek pengadaan.

1. Mengasah keterampilan keras (hard skills) yang selaras dengan tuntutan profesional, termasuk berpikir kritis dan kreatif, negosiasi, serta komunikasi antarpribadi di tengah lingkungan kerja yang kompetitif dan berubah cepat.
2. Memahami proses operasional PT Mega Surya Bersama sebagai entitas di sektor pengadaan barang dan jasa, sambil mengembangkan kompetensi teknis terkait administrasi, pengelolaan basis data, dan pemanfaatan aplikasi pendukung bisnis.
3. Mengintegrasikan ilmu akademis dari perkuliahan, khususnya komunikasi bisnis dan manajemen, untuk meningkatkan efisiensi operasional perusahaan serta memperkaya kapabilitas profesional melalui praktik langsung di lapangan.

1.3 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Sebagai bagian dari syarat akademik kelulusan pada Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi, penulis memilih untuk menjalankan kegiatan magang pada semester ke-7 setelah memenuhi berbagai mata kuliah prasyarat. Proses pencarian lowongan dimulai sejak akhir bulan Juni, di mana penulis mengajukan lamaran ke dua kesempatan magang sebelum akhirnya diterima dan menempatkan diri di PT Mega Surya Bersama sebagai lokasi praktik utama. Pilihan ini diambil karena relevansi perusahaan dengan bidang studi komunikasi dan pemasaran.

Pelaksanaan magang di PT Mega Surya Bersama secara resmi dimulai pada 1 September 2025 dan berakhir pada 28 November 2025, mencakup sekitar 60 hari kerja efektif sesuai standar yang ditetapkan kampus dan mitra perusahaan. Selama masa tersebut, penulis menjalani sistem kerja *work from office* (WFO) pada setiap hari kerja, yakni dari Senin hingga Jumat, dengan jam operasional pukul 09.00 hingga 17.00 WIB untuk memaksimalkan pengalaman langsung di lingkungan profesional. Lokasi kegiatan magang berada di Jl. Buncit Raya No. 24, Jakarta Selatan, yang memudahkan aksesibilitas dan keterlibatan penuh dalam rutinitas perusahaan.

1.4 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

a. Proses Administrasi Kampus

Tahapan administratif di tingkat kampus dilakukan secara sistematis untuk mendukung kelancaran magang, meliputi:

- 1) Mengikuti serangkaian pembekalan magang yang disediakan oleh Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi guna mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan kerja nyata.
- 2) Mengajukan permohonan serta perizinan tempat magang melalui formulir KM-01 yang dikeluarkan pihak kampus sebagai langkah awal pengesahan.
- 3) Melakukan registrasi data perusahaan dan supervisor lapangan melalui platform merdeka.umn.ac.id untuk pendataan resmi dan monitoring.
- 4) Menerima formulir KM-03 (Kartu Kerja Magang) dari kampus, kemudian menyerahkannya kepada perusahaan sebagai bukti pengakuan status

magang.

- 5) Mengunduh formulir KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang) guna mencatat jadwal dan presensi harian selama pelaksanaan kegiatan.
- 6) Menerima formulir pendukung lanjutan seperti KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), dan KM-07 (Verifikasi Laporan Kerja Magang) untuk dokumentasi akhir.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Kerja Magang

Proses perekrutan magang di PT Mega Surya Bersama berjalan melalui langkah-langkah berikut:

1. Mengajukan lamaran magang secara langsung ke PT Mega Surya Bersama sebagai calon peserta program.
2. Mengirimkan dokumen pendukung termasuk curriculum vitae (CV) dan surat lamaran (*application letter*) melalui email resmi perusahaan.
3. Menjalani wawancara singkat oleh tim HRD melalui panggilan telepon WhatsApp untuk menilai kesesuaian kandidat.
4. Menerima surat undangan resmi sebagai peserta magang yang diterima di PT Mega Surya Bersama.
5. Memulai hari pertama magang pada tanggal 1 September 2025 sesuai kesepakatan dengan perusahaan.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Pelaksanaan praktik magang di lapangan mencakup:

1. Penulis menempati posisi Sales Marketing di PT Mega Surya Bersama, perusahaan spesialis pengadaan barang dan jasa, sehingga terlibat dalam tugas-tugas pemasaran dan pengelolaan relasi pelanggan.
2. Semua instruksi tugas, informasi operasional, dan bimbingan diperoleh dari Arif sebagai *Supervisor Sales Manager* yang berperan sekaligus sebagai pembimbing lapangan penuh selama masa magang di PT Mega Surya Bersama.

3. Pengisian formulir KM-03 hingga KM-04 dilaksanakan secara bertahap sepanjang periode magang, sejalan dengan progres pencapaian dan dokumentasi harian.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Penyusunan laporan kegiatan magang dilakukan di bawah bimbingan Bapak Silvanus Alvin, sebagai dosen pembimbing akademik selama masa magang. Dalam proses ini, mahasiswa mendapatkan arahan terkait struktur penulisan, isi laporan, serta evaluasi terhadap kegiatan yang telah dijalani.
2. Setelah laporan selesai disusun dan direvisi berdasarkan masukan dari dosen pembimbing, laporan tersebut kemudian diajukan kepada Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi guna dilakukan peninjauan dan mendapatkan persetujuan akhir sebagai bagian dari pemenuhan syarat akademik program magang.

