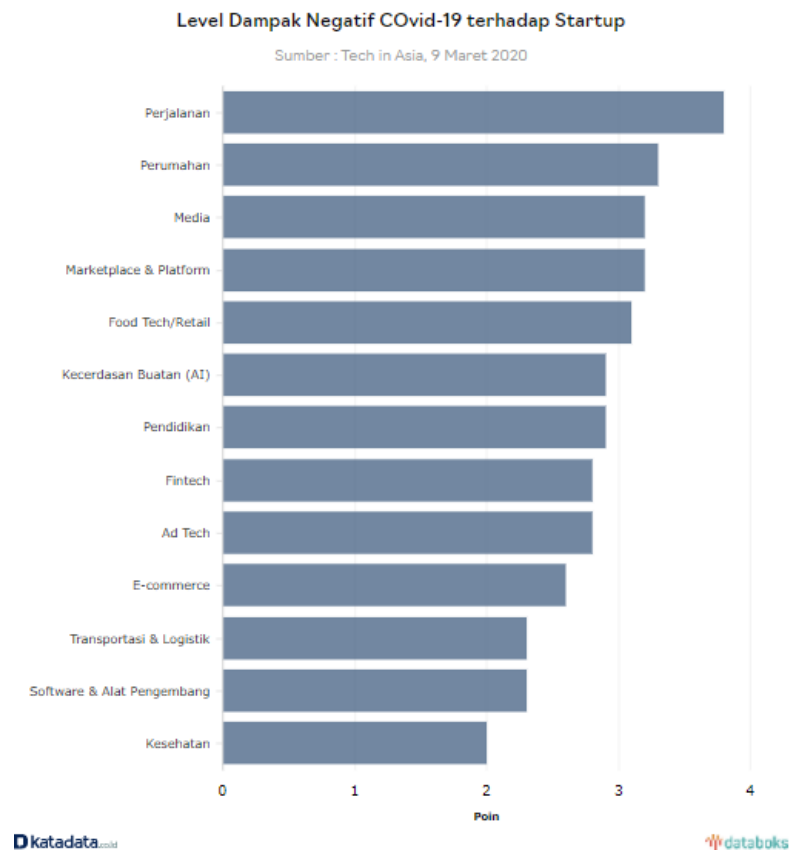


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman globalisasi saat ini, persaingan bisnis atau daya saing antar perusahaan menjadi sangat ketat, baik persaingan antar pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. Negara Indonesia mulai dipandang perekonomiannya oleh wirausaha-wirausaha luar negeri. Hal ini mengharuskan Indonesia untuk bisa semakin terus berkembang di berbagai macam bidang usaha demi menaikkan perekonomian nasional. Ditambah dengan wabah corona yang berdampak pada perekonomian Indonesia bahkan perekonomian negara-negara lain menyebabkan tingkat pertumbuhan ekonomi menurun sangat drastis. Berikut adalah grafik yang menunjukkan sektor bisnis startup yang mengalami penurunan selama masa corona:



Sumber: (Katadata, 2021)

Gambar 1.1 Startup Yang Terdampak Corona

Berdasarkan dari Kata Data diatas menunjukan bahwa hampir semua sektor pada bisnis startup mengalami dampak penurunan ekonomi yang membuat perusahaan-perusahaan termasuk startup harus memikirkan atau merancang strategi-strategi baru agar usahanya dapat bertahan di masa pandemic ini. Perusahaan harus dapat memberikan sesuatu yang memang sesuai dengan kebutuhan *customer* saat ini serta dapat memberikan kepuasan melalui jasa atau produk yang mempunyai keunikan tertentu dan berbeda dari pesaing (Jurnal by Mekari, 2021).

Perkembangan internet yang terus menerus berkembang serta wabah corona yang ada sekarang ini membuat gaya hidup masyarakat mengalami perubahan. Wabah Covid-19 ini memaksa masyarakat untuk melakukan segala aktivitasnya di rumah melalui internet ataupun aplikasi yang tidak mengharuskan mereka untuk keluar rumah. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Hootsuite dan We Are Social, mengatakan bahwa pada bulan Januari 2021, jumlah masyarakat yang menggunakan internet mencapai sebesar 202,6 juta orang (Anggraeni, 2021). Jumlah ini meningkat sebesar 1,2% dari tahun 2020 lalu. Riset ini juga mencatat bahwa orang yang menggunakan internet dari smartphone sebanyak 345,3 juta orang. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan atau startup sudah harus mengarahkan inti bisnisnya atau menciptakan produk dan jasa yang mengarah pada teknologi ataupun penggunaan internet. Hal ini dapat dibuktikan dari perusahaan-perusahaan berbasis digital dan e-commerce yang meningkat cukup pesat di masa sekarang ini. Sektor bisnis yang mengalami kenaikan yang cukup tinggi antara lain platform kesehatan seperti halodoc yang dapat membantu masyarakat untuk berkonsultasi secara online tentang kesehatan, serta *e-commerce business* yang dapat melayani kebutuhan pokok konsumen secara online seperti gojek, grab, tokopedia, shopee dan lain-lain. Selain platform-platform atau e-commerce yang sudah ada sebelumnya, platform ataupun startup digital yang baru juga banyak bermunculan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat seperti zoom meeting, go to meeting, serta yang berkaitan dengan edutech seperti ruang guru dan masih banyak lagi (Cakti, 2020).

Perkembangan startup di Indonesia cukup berkembang pesat, hal ini dapat terlihat dari startup ranking dunia. Pada tahun 2021, Indonesia menempati urutan

ke-5 dengan total startup 2.239 (Startup Ranking, n.d.). Angka ini memang terlihat cukup besar, namun tak sedikit juga startup yang mengalami kegagalan.

Melihat persaingan yang sangat ketat ini, perusahaan atau startup harus dapat terus melakukan inovasi dan memberikan layanan terbaik untuk para konsumen agar konsumen dapat tetap bertahan bahkan bertambah banyak pada untuk membeli produk perusahaan kita. Perusahaan yang ingin tetap bertahan dan terus berkembang mau tidak mau harus mengikuti gaya hidup dan memenuhi keinginan serta kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berperan penting untuk menjaga kesetiaan konsumen.

Kotler & Keller (2006) mengatakan bahwa *quality service* yang baik merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan demi mampu bersaing dengan perusahaan – perusahaan yang lain. Peter & Olson (2010) juga mengatakan bahwa kunci agar kelangsungan hidup dari suatu perusahaan tetap bertahan adalah *customer satisfaction*. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa jika konsumen merasa bahwa ia mendapatkan *quality service* yang baik maka konsumen akan merasa puas dengan apa yang diberikan perusahaan, sebaliknya jika konsumen merasa kurang puas terhadap *quality service* suatu perusahaan, maka konsumen tersebut tidak akan membeli produk dari perusahaan itu lagi.

Membangun dan menjalankan suatu startup atau perusahaan tidak segampang yang kita bayangkan, proses yang dilalui akan dihadap oleh berbagai macam rintangan serta tantangan yang harus dihadapi. Proses startup yang harus dilalui yaitu dimulai dari ideation, product development, user and marketing dan growth (Rahardjo, 2003).

Untuk menjaga suatu bisnis startup agar tetap terus berada dalam kondisi growth dibutuhkan suatu tim yang solid dan kuat serta mau untuk bekerja sama juga demi terus mempertahankan kesuksesan suatu perusahaan. Ditambah dengan munculnya persaingan antar bisnis sekarang ini juga menjadi tuntutan bagi setiap manajemen dalam perusahaan untuk lebih bijaksana dalam menentukan strategi - strategi perusahaan agar mampu untuk bersaing dengan perusahaan lainnya baik perusahaan lokal maupun luar negeri. Strategi – strategi yang dimaksud adalah harus mengarah kepada customer satisfaction melalui produk inovatif yang ditawarkan demi terciptanya *customer loyalty* dari masing-masing konsumen. Menurut Piispanen & Paloniemi (2015), dalam proses manajemen *startup, business development* memiliki peranan yang penting untuk kelangsungan hidup suatu bisnis dengan merancang strategi-strategi tersebut.

Business development berperan untuk melihat dan menganalisa setiap peluang - peluang baru yang berpotensi pada pertumbuhan usaha serta mengontrol dan mendukung proses pelaksanaan dari peluang – peluang tersebut. Kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh business development bisa menjalar dan meluas ke berbagai macam departemen, seperti sales, marketing, project management, ataupun product management. *Business development* memiliki tanggung jawab dalam melakukan evaluasi terhadap business proposal serta melakukan peninjauan untuk melihat potensi terhadap prospeknya di masa mendatang. Evaluasi yang dilakukan biasa berkaitan dengan *marketing, finance*, dan *customer service*. Hasil dari evaluasi ini nantinya akan digunakan sebagai acuan atau strategi dari tiap departemen seperti marketing, operasional, IT, sales dan lainnya untuk dapat

menghasilkan dan meluncurkan suatu produk kepada customer (Jurnal by Mekari, 2021).

PT Klik Teknologi Indonesia merupakan salah satu startup yang dibangun untuk menjadi solusi bagi masyarakat dengan menciptakan suatu sistem supply chain yang sederhana melalui aplikasi untuk memudahkan para penggunanya. Klikdaily menciptakan sistem integrasi mulai dari aktivitas penyediaan barang dan persediaan stok – stok produk di gudang, transportasi pengantaran barang dari DC (*distribution center*) Klikdaily sampai di tempat warung atau toko tradisional dari para mitra klikdaily melalui sistem ISCM (*Integrated Supply Chain Management*) yang telah dirancang.

Business Development Klikdaily memegang beberapa aktifitas dari berbagai departemen seperti yang disebutkan diatas yaitu *sales*, *surveyor*, *marketing promotion*, *customer service* dan *partner project*. Untuk *sales*, *surveyor* dan *customer service* ini dipegang oleh *pihak business development* dengan tujuan agar setiap rencana yang sudah ditentukan atau sedang dilaksanakan dapat dikoordinasikan dengan baik melalui *sales*, *surveyor* dan *customer service*. *Business development* adalah suatu proses untuk menciptakan suatu nilai jangka panjang perusahaan melalui pelanggan, pasar dan partner bisnis. Sehingga setiap kinerja yang dilakukan sangat berpengaruh terhadap *customer satisfaction* yang menghasilkan loyalitas *customer* terhadap produk, promo, dan respon baik dari Klikdaily terhadap *customer* serta dan melalui tim ini Klikdaily juga dapat melakukan hubungan kerja sama untuk menambah relasi bisnis serta profit lebih untuk perusahaan di tengah masa sulit yang sedang berlangsung.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Praktek kerja magang merupakan salah satu syarat kelulusan yang harus dilakukan oleh penulis. Kegiatan kerja magang ini dilakukan agar penulis dapat mempraktekan ilmu dan pengetahuan terkait *entrepreneurship* yang didapatkan selama masa perkuliahan dan menerapkannya secara nyata dalam dunia kerja. Sehingga, melalui kegiatan kerja magang ini penulis memperoleh manfaat dan tujuan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

- a. Memperoleh pengetahuan dan pengalaman secara nyata melalui sistem kerja Klikdaily.
- b. Menerapkan dan mempraktekan teori-teori dan ilmu terkait *entrepreneur* yang dipelajari selama masa perkuliahan secara nyata dalam dunia kerja.
- c. Mengetahui dan mempelajari proses kerja serta peranan *business development* terhadap *customer* Klikdaily.
- d. Mengetahui cara untuk menyelesaikan masalah yang ada dengan baik dan bijaksana.
- e. Mengetahui cara untuk melakukan presentasi dan berkomunikasi yang baik terhadap partner kerja baik internal maupun eksternal dari Klikdaily.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang dilakukan penulis dari bulan September – Desember 2020. Lamanya periode kerja magang selama 61 hari dalam kurun waktu 3 bulan. Data pelaksanaan kegiatan magang adalah sebagai berikut:

Nama Perusahaan	: Klikdaily HQ
Bidang Usaha :	: <i>Supply Chain</i> Sembako

Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	: 16 September -16 Desember
Hari Kerja	: Senin, Selasa, Rabu, Kamis, Jumat
Waktu Kerja	: 08.00 – 17.00
Posisi Magang	: <i>Business Development</i>
Alamat Kantor	: Foresta Business Loft 5 No.25, Tangerang, 15331

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang dilakukan oleh penulis sebelum melaksanakan praktek kerja magang di Klikdaily adalah sebagai berikut :

1. Penulis mencari lowongan kerja untuk magang di bidang *business development*, *product development*, dan *market research*. Penulis mencari lowongan melalui Instagram dan website serta menyebarkan *curriculum vitae* (CV) melalui kenalan – kenalan penulis.
2. Penulis mendapatkan kabar dan rekomendasi kenalan untuk mengisi lowongan kerja magang yang ada di Klikdaily.
3. Penulis melakukan tahap seleksi pertama dengan CTO Klikdaily. Melalui seleksi ini penulis mendapatkan tugas untuk membuat presentasi terkait dengan *point of sale* (POS) yang berisi *target market*, *survey* pasar, *market competitor*, *value proposition* dan *business model*.
4. Penulis melakukan presentasi kepada CTO Klikdaily dan mendapatkan persetujuan untuk lanjut ke tahap wawancara.
5. Penulis melakukan wawancara dengan pihak *human resources* Klikdaily.

6. Penulis diterima untuk melakukan praktek kerja magang di Klikdaily.
7. Penulis mengisi formulir permohonan magang dan surat pengantar kerja magang Universitas Multimedia Nusantara.
8. Penulis mendapatkan arahan pekerjaan dari CTO dan rekan-rekan Klikdaily.
9. Penulis melakukan msa kerja magang pada tanggal 16 September -16 Desember 2020.
10. Penulis melengkapi dokumen-dokumen praktek kerja magang yaitu kartu kerja magang, kehadiran kerja magang, laporan realisasi kerja magang, penilaian kerja magang, dan verifikasi laporan magang.
11. Penulis menyusun laporan kerja magang.
12. Penulis mengikuti bimbingan sebanyak 6 kali.
13. Penulis melakukan sidang presentasi kerja magang.