BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi adalah sumber daya dan aset yang penting. Agar dapat digunakan secara maksimal, informasi harus dapat diolah dan dimanfaatkan dengan baik. Informasi dalam sebuah perusahaan terus mengalir, hal ini menunjukkan seberapa penting adanya sistem informasi dalam sebuah perusahaan. Sistem informasi bisa dikatakan sebagai bidang yang paling dinamis dan cepat berkembang jika dibandingkan dengan bidang lain karena merupakan alat yang penting untuk mencapai tujuan utama bisnis.

Sampai pertengahan 1950-an, semua perusahaan masih menggunakan kertas untuk mengelola aliran informasi. Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan zaman dan teknologi yang semakin pesat menyebabkan perusahaan dituntut untuk mulai menggunakan komputer untuk menyimpan dan mengatur aliran informasi dalam perusahaan. Sistem informasi yang mampu membantu menjalankan fungsi di berbagai departemen mulai dibutuhkan. Pekerjaan yang serba otomatis dan jauh lebih mudah membuat semua yang masih dilakukan secara manual menjadi tidak efektif.

Perubahan ini mengharuskan pimpinan perusahaan menyadari beberapa tipe teknologi yang dapat membantu pertumbuhan perusahaan. Sistem informasi dijadikan perusahaan sebagai investasi untuk menyesuaikan diri dan mengembangkan internal perusahaan serta beradaptasi dengan zaman yang semakin maju. Perusahaan yang berinvestasi di sistem informasi biasanya bertujuan untuk meraih kesuksesan operasional (produktivitas, efisiensi, dst.), mengembangkan produk atau jasa baru, meraih kepuasan pelanggan, meningkatkan pengambilan keputusan, mengalahkan kompetitor dan memastikan keberlangsungan hidup perusahaan

Departemen Sumber Daya Manusia atau yang biasa disebut dengan Human Resource Department (HRD) merupakan salah satu departemen dalam perusahaan yang paling membutuhkan sistem manajemen informasi. Sekarang, pelaku HR tidak hanya dituntut untuk meningkatkan kemampuan untuk mengumpulkan informasi, tetapi juga menyimpan dan menggunakan data secara efektif kapanpun informasi dibutuhkan. Kemampuan untuk tidak hanya menarik dan merekrut tetapi juga mendapatkan dan memberdayakan karyawan merupakan kemampuan krusial yang dibutuhkan untuk memastikan kesuksesan dan keberlangsungan perusahaan. HRD merupakan pusat penerapan peraturan perusahaan. Hal ini menyebabkan Human Resource Information System (HRIS) menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari setiap perusahaan.

Menurut McLeod yang dikutip dalam The Influence of Human Resources Information System use on Employee Satisfaction and Employee Performance (Yudistira, Astuti, & Kertahadi, 2015, p. 2), HRIS merupakan sebuah sistem yang menyediakan informasi sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan. Dengan kata lain, HRIS adalah bentuk interaksi atau pertemuan antara bidang manajemen sumber daya manusia dan teknologi informasi. Peran HRIS dalam sebuah organisasi adalah sebagai sistem yang terintegrasi dengan manajemen sumber daya manusia di segala fungsi dalam organisasi yang secara menyeluruh, menyediakan informasi yang esensial untuk mendukung pengambilan keputusan yang berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia. HRIS juga berperan penting dalam memfasilitasi implementasi dari evaluasi sumber daya manusia di sebuah perusahaan (Yudistira, Astuti, & Kertahadi, 2015, p. 2).

Pada tahun 2019, Deloitte melakukan survey *Global Human Capital Trends* yang dilakukan kepada 10.000 pimpinan HRD di 119 negara. Hasilnya 74% responden memilih HRIS menjadi tren yang dipilih oleh pimpinan HRD perusahaan. Survey yang sama juga menunjukkan bahwa beberapa pimpinan HRD perusahaan mengakui bahwa mereka menghabiskan jutaan dolar untuk membuat sistem mereka lebih mudah digunakan sehingga meringankan beban HRD (Deloitte, 2019).

Selain perkembangan di bidang teknologi, Indonesia juga berkembang di bidang ekonomi. Hasil Sensus Ekonomi yang dilakukan Badan Pusat Statistik

(BPS) pada 2016 memperlihatkan bahwa di Indonesia terdapat 26,7 juta perusahaan. Angka ini meningkat jika dibandingkan dengan Sensus Ekonomi 2006 yang berada di angka 22,7 juta perusahaan. Hal ini berarti jumlah perusahaan meningkat 17,51% atau bertambah sebanyak 3,98 juta perusahaan baru dalam satu dekade terakhir.

Oleh karena besarnya kebutuhan akan sistem HR ini, banyak perusahaan mulai mengembangkan teknologi informasi yang dapat membantu perusahaan membuat keputusan strategis. HRIS merupakan alat efektif yang dapat digunakan untuk membantu fungsi-fungsi HRD. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat satu penyimpanan data yang sering disebut sebagai *database*. Data karyawan yang dimiliki HRIS yang efektif meliputi pelatihan yang sudah diselesaikan, penghargaan yang diterima, proyek yang diikuti dan diselesaikan dengan baik, tingkat pendidikan, lama bekerja, keterampilan, kompetensi, dan lain-lain.

Berdirinya banyak perusahaan baru berakibat pada meningkatnya permintaan akan HRIS untuk membantu jalannya perusahaan. PT IndoDev Niaga Internet (DataOn) merupakan salah satu perusahaan pertama yang melihat kesempatan ini. Didirikan oleh Gordon James Enns dan Casey Kim tahun 1999 di Washington, Amerika Serikat, kini sudah lebih dari 2000 perusahaan menggunakan sistem HR yang dikembangkan oleh perusahaan ini. PT IndoDev Niaga Internet (DataOn) merupakan *holding company* yang menaungi dua perusahaan lain yaitu PT People Intelligence Indonesia dan PT Synergy Group Asia.

Produk yang ditawarkan antara lain aplikasi SunFish Human Resource Information System (HRIS), SunFish Enterprise Resource Planning (ERP) dan SunFish Go yang pada akhir tahun 2018 *rebranding* menjadi GreatDay HR. *Rebranding* ini merupakan awal berdirinya PT People Intelligence Indonesia yang fokus memasarkan aplikasi ponsel pintar HR, GreatDay HR. Kemudian pada 2019, DataOn melakukan merger dengan PT Synergy Group Asia dan fokus menawarkan jasa konsultasi dan *payroll outsourcing* atau alih daya penggajian.

Merger ini dilakukan melihat dari tren dan besarnya permintaan akan jasa *payroll outsourcing.* Menurut penelitian yang dilakukan oleh Beroe LiVE, diperkirakan pada 2023, pasar global untuk alih daya penggajian mencapai $10.336 juta dengan

tingkat kenaikan 4,4 persen setiap tahun. Hal ini terjadi karena dengan alih daya penggajian, perusahaan dapat mengurangi biaya hingga 20 persen. Negara-negara seperti Polandia, Turki, Swiss, Purtugas, Jerman, Argentina, dan Mexico sudah mulai menunjukkan minat besar dalam industri ini. Dapat dilihat di gambar 1.1 di bawah ini, *outsourcing* akan menjadi model yang paling banyak diadopsi/digunakan dalam menjalankan bisnis di masa depan.

Gambar 1. 1 Laporan Global Payroll Outsourcing Market

Sumber: https://www.industryresearch.biz/

Menurut data Industry Research yang berjudul Global Payroll Outsourcing Market Report, History and Forecast 2015-2026, Breakdown Data by Companies, Key Regions, Types and Application, perusahaan kecil dan berkembang merupakan konsumen utama dari jasa ini yaitu sebesar 40,92% di 2018.

Semakin banyak perusahaan yang hadir menyebabkan semakin tingginya permintaan akan sistem HR dan jasa alih daya penggajian, mulai bermunculan perusahaan-perusahaan lain yang menawarkan produk serupa . Sebut saja Talenta by Mekari, Jojonomic, Sleekr, Gadjian,id, dan masih banyak lagi. Akan tetapi, GreatDay HR merupakan yang pertama dan satu-satunya yang menghadirkan sistem HR dan *payroll* berbasis aplikasi ponsel. Sebagai produk baru, GreatDay HR belum terlalu dikenal oleh masyarakat. PT People Intelligence Indonesia menggunakan aktivitas *marketing communication* sebagai strategi memperkenalkan produk. Oleh karena itu, dibutuhkan peran *marketing communication* yang dapat membantu komunikasi pemasaran GreatDay HR agar tidak kalah saing dengan kompetitor-kompetitor lain.

Selain PT People Intelligence Indonesia, PT Synergy Group Asia juga membutuhkan aktivitas *marketing communication* untuk menawarkan jasanya. Hal ini dikarenakan pengetahuan dan minat akan jasa alih daya khususnya dalam perhitungan gaji belum terlalu besar di Indonesia. Komunikasi pemasaran merupakan proses perusahaan menciptakan nilai bagi konsumen agar mendapatkan kembali nilai dari konsumen, lebih dari sekedar berjualan dan iklan (Kotler & Keller, 2016)

Marketing communication merupakan sebuah cara perusahaan untuk menginformasi, membujuk, dan mengingatkan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk perusahaan (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, sebagai mahasiswi jurusan Komunikasi Strategis, PT IndoDev Niaga Internet (DataOn) khususnya anak perusahaan PT People Intelligence Indonesia dan PT Synergy Group Asia menarik untuk dijadikan tempat melaksanakan kegiatan kerja magang.

Dalam praktik kerja magang ingin diketahui bagaimana penerapan kegiatan *marketing communication* yang baik dalam setiap kegiatan yang dilakukan serta strategi apa saja yang digunakan dalam komunikasi pemasaran PT IndoDev Niaga Internet (DataOn).

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari dilaksanakannya praktik kerja magang adalah:

1. Untuk mengetahui secara langsung peran dan fungsi aktivitas *marketing communication* di dua anak perusahaan PT IndoDev Niaga Internet (DataOn) yaitu PT People Intelligence Indonesia (GreatDay HR) dan PT Synergy Group Asia.
2. Untuk melihat apakah teori dan konsep yang dipelajari selama berkuliah sesuai dengan praktik/aktivitas *marketing communication* yang diterapkan secara nyata dalam dunia kerja

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang dilakukan terhitung mulai 18 Agustus 2020 hingga 04 Desember 2020. Kegiatan kerja magang dilakukan di PT IndoDev Niaga

Internet (DataOn), terletak di Nissi Bintaro Campus, Lantai 5. Jalan Tegal Rotan, Bintaro Sektor 9. Tangerang Selatan. Telp: +62 21 2221 3077. Kerja magang dilakukan selama lima hari mulai Senin hingga Jumat dengan waktu kerja pada pukul 08.00 WIB hingga selesai pada pukul 17.00 WIB.

Pakaian yang digunakan setiap hari adalah pakaian rapi dan sopan. Pemberian tugas (*job desc)* ditentukan oleh Cynthia Tirtaadmaja selaku pengawas lapangan dan juga selaku Head of Marketing Communication. Selama kurang lebih tiga bulan, mahasiswi di tempatkan di Divisi Marketing Communication.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan praktik kerja magang di PT IndoDev Niaga Internet (DataOn), beberapa tahapan prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilalui adalah sebagai berikut

1. Selama Mei-Juni 2020, mahasiswi mengirimkan *curriculum vitae (CV)* ke beberapa perusahaan. Pada 17 Juni 2020, mendapatkan panggilan *interview* dari PT People Intelligence Indonesia. *Interview* dilakukan secara online pada Senin, 22 Juni 2020. Mahasiswi resmi diterima di perusahaan pada 2 Juli 2020 dan mulai bekerja pada 15 Juli 2020.

2. Setelah melakukan pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) semester 7 dan mengambil mata kuliah *internship*, mahasiswi mengisi dan mengajukan KM-01 kemudian disetujui dan ditandatangani oleh kepala program studi Inco Hary Perdana sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

3. Mahasiswi mendapatkan KM-02, berupa *form* permohonan magang resmi dari kampus yang akan diberikan kepada PT People Intelligence Indonesia. Perusahaan memberikan surat penerimaan kerja yang kemudian dijadikan bukti untuk ditukarkan dengan KM-03 hingga KM-07

4. Pada hari pertama kerja, mahasiswi diberikan bimbingan berupa sistem kerja kantor dan berkenalan dengan rekan sekerja lain. Selama

menjalani kerja magang, mahasiswi menaati semua peraturan perusahaan dengan jam kerja 08.00-17.00 dan selalu berpakaian rapi dan sopan. Formulir KM-04 sampai KM-05 mahasiswi isi dalam proses kerja magang KM-04 adalah Kartu Kerja Magang yang berisi daftar kehadiran setiap hari. Serta KM-05 yang berisi daftar pekerjaan yang dilakukan setiap minggu.

5. Setelah bekerja kurang lebih satu bulan, mahasiswi yang awalnya hanya bekerja untuk PT People Intelligence Indonesia kemudian juga diberikan pekerjaan untuk anak perusahaan PT IndoDev Niaga Internet (DataOn) yang lain yaitu PT Synergy Group Asia. Pekerjaan yang diberikan masih berada di ranah *marketing communication* seperti pembuatan konten website perusahaan, pembuatan *adcopy* untuk keperluan iklan, pemasangan iklan digital di Google, dan pembuatan dokumen untuk keperluan ISO 9001.

6. Selama kerja magang, mahasiswi melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing magang terkait penulisan laporan dan keadaan kerja magang. Judul laporan yang awalnya "Aktivitas Marketing Communication di PT People Intelligence Indonesia" berubah menjadi "Aktivitas Marketing Commnication di PT IndoDev Niaga Internet (DataOn)" atas saran dari dosen pembimbing magang.

7. Setelah melakukan kerja magang selama kurang lebih 60 hari, mahasiswi mulai melengkapi surat-surat yang dibutuhkan untuk pengumpulan berkas magang (KM).

8. Laporan kerja magang dikumpulkan dan siap untuk dipresentasikan pada sidang kerja magang,