



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang berkembang secara konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah tepat untuk melahirkan lapangan pekerjaan bagi masyarakat (Halim, 2020). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenkopUKM), jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07% atau sejumlah Rp8.573,89 triliun (Kemenkeu RI, 2021).

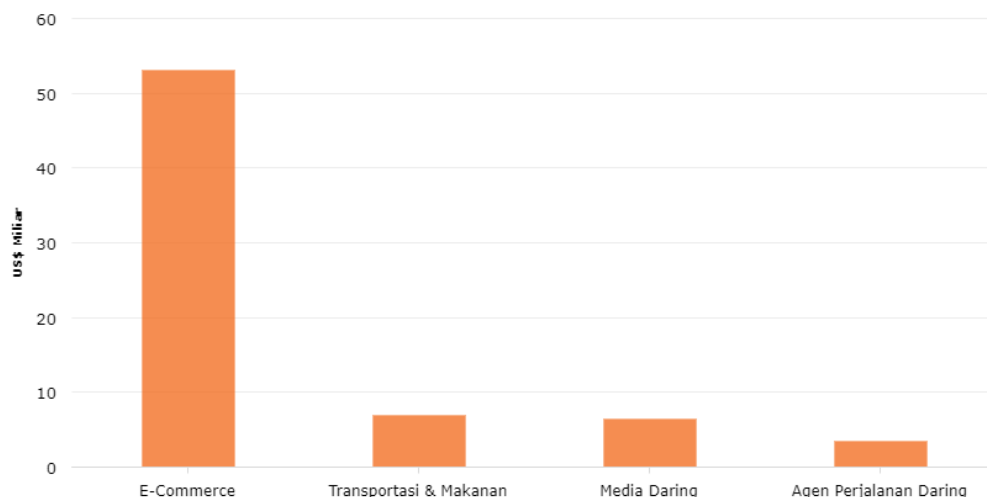
Semenjak pandemi covid-19 yang muncul pada awal tahun 2020, pelaku UMKM disarankan untuk naik kelas secara digital. Hal ini didukung oleh pernyataan KemenkopUKM RI yang mencatat terjadi peningkatan belanja secara daring (*online shopping*) sebesar 26% atau mencapai 3,1 juta transaksi selama pandemi covid-19 (Santia, 2021). Peningkatan kebiasaan pelanggan yang serba *online* ini sejalan dengan peningkatan UMKM yang tergabung dalam ekosistem digital. Sebelum pandemi covid-19, terdapat 8 juta UMKM yang terhubung ke dalam platform digital. Saat masa pandemi covid-19, terdapat 2x peningkatan UMKM ke dalam ekosistem digital, yaitu sejumlah 15,9 juta (Herman, 2021).

Dalam rangka meningkatkan kegiatan digital untuk memberdayakan UMKM Indonesia, banyak inisiatif digitalisasi UMKM yang marak dilakukan oleh pemerintah maupun pihak swasta terutama di masa pandemi covid-19. Salah satu program inisiatif dari pemerintah adalah program digitalisasi UMKM oleh KemenkopUKM RI yang menargetkan 30 juta pelaku UMKM masuk dalam ekosistem digital pada tahun 2024 (KemenkopUKM RI, 2021).

Selain pemerintah, pihak swasta seperti perusahaan-perusahaan *start-up* teknologi pendukung UMKM juga turut membantu pelaku UMKM untuk naik kelas secara digital. Contoh bidang perusahaan *start-up* teknologi

pendukung UMKM di Indonesia adalah *e-commerce*, *software* catatan keuangan *online*, jasa agensi pemasaran, *software customer service*, manajemen *e-commerce*, dan masih banyak lagi. Dari berbagai macam dukungan *online* oleh perusahaan-perusahaan *start-up* teknologi tersebut, *e-commerce* menjadi salah satu kunci UMKM dalam berjualan secara digital. Hal ini dibuktikan dari data yang menyatakan bahwa *e-commerce* menjadi pendorong *Gross Merchandise Value* (GMV) terbesar di perekonomian Indonesia yaitu sebanyak US\$ 53 miliar (Jayani, 2021). *E-commerce* sendiri merupakan jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan internet (Turban dkk dalam Alwendi, 2020).

**Gambar 1.1 Nilai GMV Ekonomi Digital Menurut Sektor**



(Sumber: Databoks, 2021)

Banyaknya *e-commerce* yang sudah ada di Indonesia membuat proses digitalisasi memerlukan manajemen yang mengatur penjualan untuk membantu pelaku UMKM. PT Lingkar Niaga Solusindo (SIRCLO) merupakan perusahaan *start-up* teknologi buatan Indonesia yang menyediakan solusi bagi pebisnis untuk berjualan *online*. Berbeda dengan *start-up* teknologi lainnya, SIRCLO memiliki tujuan (*purpose*) untuk menyuport bisnis di Indonesia dengan memberikan kemudahan ekosistem bisnis dan mengupayakan pemberdayaan secara digital. SIRCLO menyediakan solusi untuk 2 jenis

bentuk bisnis, yaitu SIRCLO Commerce untuk *entreprise* (bisnis berskala besar) dan SIRCLO Store untuk *entrepreneur* (bisnis skala kecil dan sedang).

Dalam mewujudkan mimpi UMKM berjualan *online*, SIRCLO Store menyediakan pengintergrasian banyak *e-commerce* ke dalam 1 *admin panel* atau *dashboard* yang dapat digunakan untuk mengatur penjualan. Selain itu, SIRCLO Store juga menyediakan jasa pembuatan *website* toko untuk UMKM agar memiliki *webstore* dengan domain sesuai nama toko. SIRCLO Store juga menyediakan fitur tambahan seperti Chat Commerce (Whatsapp Business API) yang dapat membalas *chat customer* di Whatsapp secara otomatis.

SIRCLO mengupayakan jalinan kerjasama atau *partnership* dengan perusahaan, *event*, dan komunitas lain untuk menggapai banyak UMKM di Indonesia. Praktik *partnership* ini didukung oleh Kunitzky (2010) yang menyatakan bahwa membangun upaya *partnership* dengan perusahaan atau pihak lain memungkinkan perusahaan menawarkan produk unggulan ke pasar, menciptakan peluang distribusi jangka panjang, memperluas jangkauan ke pelanggan baru, dan meningkatkan *brand awareness*.

Melalui *partnership* yang dijalankan, SIRCLO berupaya agar para UMKM di Indonesia terpapar oleh informasi dan akhirnya menggunakan solusi yang disediakan SIRCLO. Selain menggapai UMKM untuk menggunakan layanan, SIRCLO juga mengupayakan *partnership* dengan perusahaan lain untuk menanam fitur tambahan yang dapat meningkatkan nilai tambah kepada *users* (para pemakai layanan) SIRCLO.

Menjadi pemilik bisnis merupakan suatu cita-cita yang ingin dicapai oleh penulis. Sebagai calon pebisnis, penulis merasa SIRCLO akan sangat membantu bisnis yang baru rintis sampai yang sudah terbangun dari lama. Maka dari itu, penulis ingin berkontribusi dalam membantu pelaku UMKM di Indonesia untuk *go digital*. Dari segi bisnis, SIRCLO merupakan perusahaan *start-up* teknologi Indonesia yang sedang *growing*, shal ini juga menjadi alasan penulis belajar tantangan-tantangan baru untuk membantu UMKM Indonesia dan menerapkan pelajaran yang penulis sudah dapatkan sebagai mahasiswa *marketing communication*.

Setelah diterima di SIRCLO, penulis ditempatkan ke dalam Divisi Marketing dengan posisi Partnership Marketing Intern. SIRCLO memiliki layanan yang berdampak positif dan potensi pasar yang kuat di dunia bisnis Indonesia. Maka dari itu, penulis termotivasi untuk ber-*partner* dengan perusahaan, *event*, dan komunitas lain sebagai Partnership Marketing Intern sehingga dapat menyebarkan *awareness* secara luas melalui aktivitas *lobbying*, *negosiasi*, *monitoring*, *community partnership*, *media partnership*, dan *content marketing*. Dengan bekerja sebagai Partnership Marketing Intern, penulis memiliki mimpi untuk menjadikan SIRCLO dikenal luas oleh UMKM di Indonesia agar menaikkan banyak bisnis ke dalam ekosistem digital.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Tujuan penulis melaksanakan praktik kerja magang adalah untuk mengetahui aktivitas Partnership Marketing di PT Lingkar Niaga Solusindo (SIRCLO). Penulis berkesempatan untuk mengimplementasi teori pembelajaran *media production* untuk *content marketing* dan mempraktikkan komunikasi dengan *personal selling* dan *public speaking* dalam ber-*partner* dengan pihak eksternal. Penulis juga berkesempatan untuk menambah pengalaman dan memperluas jejaring dengan orang-orang baru di dunia profesional.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis melakukan Program Kerja Magang sebagai Partnership Marketing Intern di PT Lingkar Niaga Solusindo (SIRCLO) dilakukan dari tanggal 30 Agustus sampai 26 November 2021. Durasi waktu tersebut menunjukkan bahwa penulis telah menjalankan program magang selama 63 hari. Waktu program magang dilakukan setiap hari Senin-Jumat dengan durasi waktu 9 jam dari 09.00-18.00 WIB. Penulis melakukan kerja magang secara *hybrid* (*work from home* dan *work form office* di Green Office Park 1, South Tower, Level 3, Zone 5-7 BSD, Jl. BSD Green Office Park, Sampora, Cisauk, Tangerang, Banten).

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Mengirim *curriculum vitae* (CV) dan *cover letter* ke departemen Human Resource (HR) SIRCLO via *job portal* Tech In Asia.
2. Menjawab sesi *phone interview* di Whatsapp dengan HR SIRCLO.
3. Menghadiri sesi *user interview* secara *online* dengan Marketing Communication Executive SIRCLO yang akan menjadi Pembimbing Lapangan penulis dalam praktik magang.
4. Mengajukan formulir pengajuan kerja magang pada Google Form untuk mendapatkan Surat Pengantar Kerja bagi perusahaan yang dituju.
5. Menyerahkan KM-02 kepada HR SIRCLO untuk mendapatkan Surat Penerimaan Praktik Kerja Magang.
6. Mengisi Final Company (KM-01) di MyUMN.
7. Melaksanakan proses praktik magang di SIRCLO sesuai perjanjian durasi dan jam kerja yang disepakati sembari melakukan bimbingan magang dengan Dosen Pembimbing secara berkala.
8. Melengkapi formulir Kartu Kerja Magang (KM-03), Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Laporan Realisasi Kerja Magang (KM-05).
9. Menyusun Laporan Magang serta meminta Pembimbing Lapangan untuk mengisi Penilaian Kerja Magang (KM-06).
10. Meminta Dosen Pembimbing dan Pembimbing Lapangan untuk menandatangani Lembar Verifikasi Laporan Magang (KM-07).
11. Mengumpulkan Laporan Magang pada waktu yang ditetapkan serta mempertanggungjawabkannya dalam sidang magang.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A