



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 II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

DQLab merupakan bentuk kolaborasi Universitas Multimedia Nusantara dan Xeratic. Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan salah satu produk Kompas Gramedia di sektor pendidikan yang berdiri sejak 2006 dan telah terakreditasi A. Berbasis *Information and Communication Technology (ICT)*, UMN mendidik setiap mahasiswa untuk siap menjadi professional atau tenaga riset (akademisi) yang memiliki jiwa wirausaha dengan kompetensi *softskill* di bidang teknologi.



(Sumber www.dqlab.id, 2021)

Gambar 2.1 Logo DQLab

Berbeda halnya dengan Universitas Multimedia Nusantara yang bergerak dalam industri pendidikan, Xeratic merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang konsultan bisnis serta penyimpanan (*warehouse*) data yang memberikan solusi data yang berhasil di adopsi perusahaan ternama di Indonesia di beragam sektor Industri. Berdiri sejak 2005, Xeratic memiliki telah menjalin hubungan dengan beberapa partner yaitu Bank BTPN Syariah, Dima, Enseval, Bank Mandiri dan The Body Shop.

Berdasarkan hal tersebut tentunya kedua instansi tersebut memiliki hubungan dari segi tujuan serta cita - cita yang dapat dikatakan searah yaitu mewujudkan generasi muda yang siap bergerak dalam industri kerja dengan memanfaatkan *softskill* dan berbasis teknologi salah satunya dalam bidang *data science*.

Perusahaan hasil kolaborasi ini memiliki tujuan utama dalam setiap program yang dilaksanakan yaitu membangun generasi data yang siap berkarya di dunia industri. Oleh karena itu, kesiapan ini tentunya harus dibarengi dengan edukasi dan

latihan yang konsisten serta wadah yang baik serta relevan sesuai dengan permintaan industri dan kemajuan zaman. DQLab dalam hal ini memberikan layanan pembelajaran *data science* yang dapat diakses oleh seluruh lini masyarakat melalui *website* resmi www.dqlab.id.



(Sumber dailysocial.id, 2018)

Gambar 2.2 Kegiatan Komunitas DQLab

Pada laman *website* resmi DQLab, para calon talenta data dapat dengan mudah mencari informasi seputar DQLab seperti program, komunitas, *event* atau blog, prakerja dan kontak DQLab. Kemudian, jika informasi yang diterima masih kurang menjawab rasa penasaran calon talenta data maka DQLab menyediakan layanan tanya jawab melalui *whatsapp*. *Users* atau peserta yang mengikuti program *bootcamp* akan memiliki kanal komunikasi khusus yang setiap pertanyaannya akan dijawab langsung oleh asisten mentor pada *discord*.

Selain *website* resmi, DQLab juga terhubung dengan media sosial *instagram* (@dqlab) yang berguna untuk memberikan informasi secara lebih masif kepada calon pengguna dan dapat menghubungkannya langsung dengan kanal komunikasi yang lain sehingga mempermudah para calon pengguna dapat memperoleh kebaruan informasi dengan cepat dan mudah setiap harinya.

DQLab dalam menjalankan setiap program dan *event*-nya memiliki tujuan utama dan aksi dalam mewujudkannya. Oleh karena itu, hal tersebut tertuang dalam visi dan misi sebagai berikut :

Visi :

- Mendukung pemerataan pendidikan dalam bidang data, khususnya *data science* di Indonesia bagi masyarakat Indonesia.

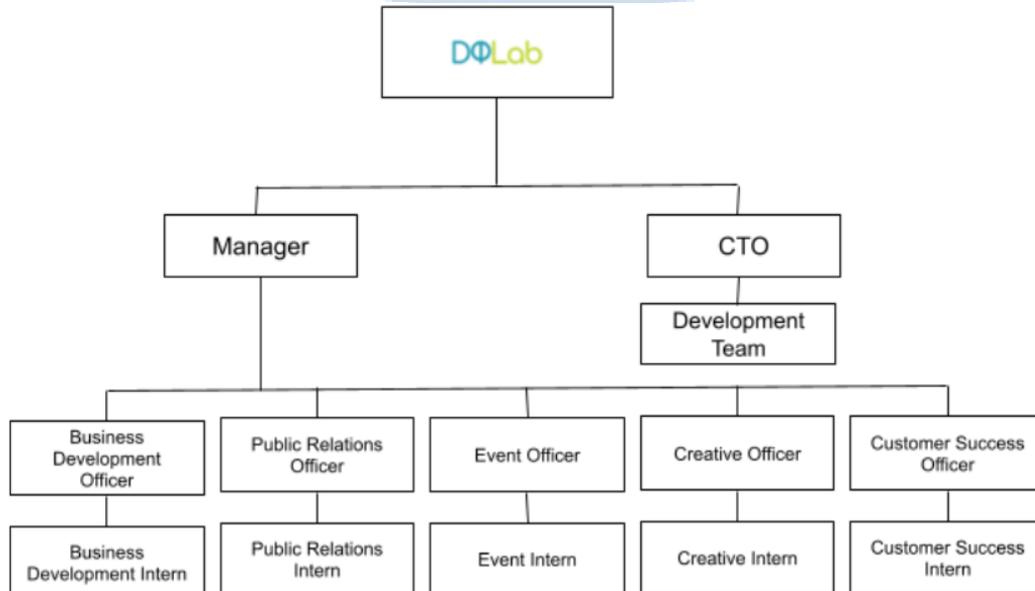
- Mendorong masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda untuk mengenal, memahami, dan menguasai *data science* agar siap menghadapi era industri digital.

Misi :

- Menjadi wadah bagi masyarakat untuk memperdalam kompetensi pada dunia data khususnya di bidang *data science* untuk siap berkarir menjadi talenta data yang sesuai dengan kebutuhan Industri digital dan menciptakan *data driven generation*.

2.2 Struktur Organisasi DQLab

Perusahaan DQLab memiliki struktur organisasi yang baik dan jelas dalam setiap divisi yang berkaitan sehingga bertujuan untuk mencapai visi, misi dan program atau layanan di DQLab. Dalam hal ini posisi kelima divisi yaitu *business development, public relations, event, creative, dan customer success* berada dibawah pimpinan *manager* DQLab.



(Sumber Data Pribadi DQLab, 2021)

Gambar 2.3 Struktur Organisasi DQLab

Setiap divisi pada struktur organisasi DQLab memiliki *Person In Charge (PIC)* yang memiliki bagian atas tugas dan tanggung jawabnya masing-masing serta

merupakan pembimbing (*supervisor*) dalam pelaksanaan magang di DQLab. Beberapa tugas tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Business Development*

Menjalin hubungan kerjasama dengan perusahaan ataupun institusi lain untuk mengembangkan bisnis DQLab. *Business Development* harus mampu melihat peluang dan menciptakan strategi bisnis bersama dengan team lainnya. Selain itu, *Business Development* DQLab menjalin kerjasama dengan para mentor praktisi untuk mengembangkan modul pelatihan yang ada di dalam *platform* sehingga dapat mendukung ilmu yang dipelajari *user* dan dapat terjun ke dunia kerja di bidang data.

2. *Customer Success*

Memberikan informasi dan arahan kepada *user* yang ingin mengetahui sistem pembelajaran di DQLab serta membantu *user* yang sudah membuat akun untuk *onboarding* belajar di DQLab. *Customer Success* juga berperan untuk memastikan *user* DQLab memiliki pengalaman belajar yang baik dan tidak ada kendala pada saat pembelajaran dilakukan. Selain itu, *Customer Success* juga melakukan promosi untuk *user* melakukan pembelian paket belajar dan memastikan *user* tetap melakukan pembaruan akun berbayar (*Customer Retention*).

3. *Public Relations*

Menjembatani DQLab dengan Media untuk membangun relasi serta awareness mengenai program yang tersedia di DQLab. Membantu mengawasi performa *Search Engine Optimization (SEO)* DQLab serta menyusun strategi promosi baik dari sisi *Digital Marketing* atau SEO maupun *Media Relations*.

4. *Creative*

Divisi *Creative* berfokus untuk mengembangkan social media DQLab serta mengembangkan desain visual dari kebutuhan *internal* DQLab secara keseluruhan. Divisi *Creative* juga memantau *Search Engine Marketing (Ads Digital)* dari DQLab dan turut memperbaharui *Search Engine Marketing (Ads Digital)* tersebut secara reguler.

5. *Event*

Membuat *event* bersama dengan komunitas/*partner* kerja DQLab dan memperluas komunitas untuk meningkatkan *awareness* publik terhadap DQLab dalam:

- a. Program *Bootcamp* DQLab
 - Mencari *community partners* untuk menjalin kerjasama
 - Berperan sebagai moderator *live session*
- b. Kerjasama *Event* dengan Universitas di Indonesia
 - Menjalinkan kerjasama dengan Universitas di berbagai wilayah di Indonesia untuk membuat *event* Edukasi mengenai *Data Science*
 - Menangani perancangan dan eksekusi pelaksanaan hingga setelah *event* berakhir

2.3 Ruang Lingkup Divisi Event Management

Proses pelaksanaan kegiatan kerja magang divisi *event management* DQLab di arahkan langsung oleh Rainier Hensel selaku *supervisor*. Namun, dikarenakan kondisi pandemi dan masih menjalankan *Work From Home (WFH)* maka segala bentuk *meeting* atau bimbingan dilakukan secara *online* melalui *google meet* dengan waktu yang fleksibel sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari *supervisor event management*.

Jumlah pekerja magang pada tim *event management* adalah empat (4) orang yang masing – masing merupakan mahasiswa aktif di beberapa universitas di Indonesia. Setiap pekerja magang memiliki tugas dan tanggung jawab yang sama dalam membantu merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi *event* DQLab yang sedang dan akan berlangsung. Namun, beberapa pelaksanaannya terkadang dilakukan secara bergantian (*rolling*) atau mengikuti waktu yang ditetapkan oleh *supervisor*.