

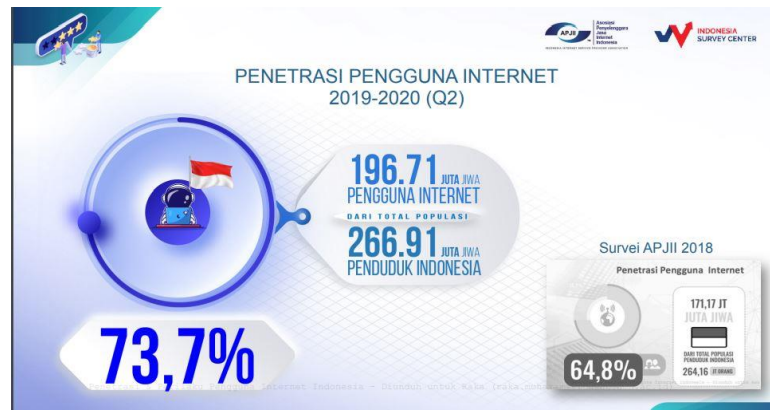
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi kini semakin pesat seiring dengan berjalannya waktu. Menurut Susanto, Teknologi Informasi Komunikasi adalah sebuah media atau alat bantu yang digunakan untuk transfer data baik itu untuk memperoleh suatu data atau informasi maupun memberikan informasi kepada orang lain serta dapat digunakan untuk alat berkomunikasi baik satu arah atau dua arah (artikelpendidikan.id, 2021) Bahkan di masa sekarang banyak sekali kegiatan-kegiatan manusia yang memanfaatkan perkembangan Teknologi Informasi dan merasa sangat dimudahkan dengan adanya perkembangan tersebut seperti, berbelanja dan memesan makanan kini aktivitas tersebut sudah dilakukan oleh manusia secara *online*.

Di Indonesia sendiri perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi memiliki sejarah yang sangat panjang. Berawal dari Radio yang diresmikan di Indonesia pada tanggal 16 Juni. Kemudian mengalami perkembangan menjadi Televisi yang muncul di Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1962 tetapi pada saat itu Televisi merupakan barang yang mahal sehingga tidak banyak orang yang bisa menonton. Lalu muncul satelit dan kemudian internet yang muncul pada tahun 1988 (Kumparan, 2020). Sampai saat ini, Internet masih sangat dimanfaatkan oleh masyarakat dan bahkan terus meningkat



Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2)

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020

Berdasarkan gambar 1.1, adanya peningkatan penetrasi pengguna internet dari tahun 2018 yaitu sebesar 64, 8% ke tahun 2019 – 2020 (Q2) sebesar 73, 7%. Pada tahun 2018 sebesar 171, 17 juta jiwa pengguna internet dari total populasi penduduk Indonesia sebesar 264,16 orang yang kemudian mengalami peningkatan di tahun 2019 – 2020 (Q2) sebesar 196.71 juta jiwa pengguna internet dari total populasi 266.91 juta orang. Itu menandakan bahwa perkembangan teknologi yang sangat pesat ini sangat dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia. Bahkan sampai saat ini mayoritas kegiatan masyarakat Indonesia tidak lepas dari penggunaan internet.

Teknologi informasi dan komunikasi berperan penting dalam perkembangan bisnis saat ini. Dengan adanya peranan dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi seperti internet, para industri bisnis dapat mengembangkan usahanya ke pasar yang lebih luas dan mendapatkan *potential customer* yang dapat meningkatkan profit bagi bisnis dan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan teknologi informasi juga tidak hanya menghubungkan banyak orang, namun juga menjadi suatu basis teknologi untuk melakukan transaksi secara *online*. Dalam upaya untuk mengikuti perkembangan teknologi saat ini, dibutuhkan fleksibilitas dari industri bisnis dalam beradaptasi dengan beberapa perubahan kebiasaan baru yaitu transformasi digital. Selain dengan adanya perkembangan teknologi informasi, adanya pandemic Covid-19 di Indonesia pada tahun 2020 juga turut mempengaruhi perilaku konsumen atau masyarakat. Contohnya dengan belanja, memesan makanan, membeli kebutuhan sehari-hari secara *offline* ke *online*.

Oleh sebab itu, agar bisnis dapat terus bertahan dalam perkembangan teknologi, industri bisnis perlu melakukan penyusunan strategi baru. Hal ini dilakukan bertujuan untuk lebih mudah menjangkau konsumen dan mampu bersaing dalam pasar. Salah satu

cara yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan pendekatan digitalisasi melalui *mobile application* dan *website*.

Dalam laporan Indonesia *Website Awards 2020*, website yang terdaftar sepanjang 2020 tercatat ada 1.057 website. Angka tersebut naik 61,6% dari tahun 2019 dan menurut data dari Pengelola Nama Domain Internet Indonesia pengguna domain .id mencapai 500.000 pengguna (Kurniawan, 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa sudah banyak orang yang menyadari pentingnya *website* untuk era digital ini. Sedangkan *mobile application* di Indonesia sendiri mengalami peningkatan pengguna sebesar 25% dari kuartal 4 tahun 2019 sampai kuartal 2 tahun 2020 (Kusumawardhani, 2020). Salah satu faktor yang mendorong peningkatan pengguna *mobile application* di Indonesia dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang mengharuskan pemerintah menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sehingga masyarakat Indonesia disarankan untuk *stay at home* dan perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis mulai beralih ke ranah digital untuk mempertahankan usaha dan menjangkau konsumen yang lebih luas dalam menyesuaikan keadaan dimasa pandemi. Oleh sebab itu, terjadi peningkatan pengguna *website* dan *mobile application* di Indonesia.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pengembangan perangkat lunak seperti penyedia jasa untuk membuat atau mengembangkan *mobile application* dan *website* adalah PT Sagara Asia Teknologi (Sagara Technology). Dimulai pada tahun 2014, PT Sagara Asia Teknologi (Sagara Technology) merupakan perusahaan penyedia jasa pembuatan atau pengembangan *website* dan *mobile apps* kini sudah memiliki beragam portofolio klien mulai dari *startup*, kementerian Indonesia, hingga perusahaan global ternama. melihat permasalahan yang ada, penulis tertarik untuk melaksanakan praktik kerja magang di perusahaan ini karena penulis berharap dengan adanya kontribusi penulis pada bagian *business development* untuk mengidentifikasi klien yang berpotensi, mengembangkan hubungan dengan klien, dan melakukan *pitching* kepada calon klien dapat membantu perusahaan atau pelaku bisnis mengembangkan usahanya ke ranah digital agar selalu dinamis mengikuti perubahan yang ada. Lalu penulis juga ingin mengetahui sistem kerja dari *business development*, bagaimana cara menyampaikan *value* yang ditawarkan oleh perusahaan ke potensial klien dan membuat mereka

menggunakan jasa perusahaan. Dalam peminatan *entrepreneurship*, penulis mempelajari beberapa ilmu dalam mata kuliah *managing lean startup*, dan *small business management* yaitu *pitching* dan *customer relationship management (CRM)*. berdasarkan ilmu yang penulis dapatkan, *pitching* merupakan proses mempresentasikan secara singkat tentang suatu bisnis atau bisnis model untuk ditawarkan kepada klien maupun konsumen. sedangkan *CRM* merupakan strategi dalam suatu bisnis untuk mengelola hubungan dengan pelanggan atau calon pelanggan agar memunculkan loyalitas pada mereka sehingga dapat terus-menerus menggunakan jasa perusahaan. Pekerjaan yang diberikan kepada penulis pada divisi *business development* menerapkan ilmu yang dipelajari oleh penulis dalam dunia perkuliahan sebagai dasar pengetahuan. Sehingga, penulis ingin menerapkannya ke dalam divisi *business development* pada PT. Sagara Asia Teknologi (Sagara Technology) dengan tujuan untuk mengembangkan pengetahuan dan pengalaman penulis dalam dunia kerja langsung. Kemudian penulis juga tertarik untuk mempelajari bisnis di bidang *website* dan *mobile apps builder*.

Melihat PT. Sagara Asia Teknologi (Sagara Technology) yang dirintis oleh pengusaha muda bernama Adi Arriansyah yang memiliki *passion* dibidang computer dan pemrograman. Terlihat ia sudah mulai mengerjakan proyek pembuatan produk digital dari dosennya selama kuliah bahkan Adi berani mengambil resiko dengan mengambil cuti kuliah untuk mengambil kesempatan mengerjakan proyek *startup* di Singapura. Kemudian Adi Arriansyah merupakan lulusan dari *Founder Institute* yaitu program pelatihan *entrepreneur* asal Sillicon Valley dan menempuh pendidikan *executive education* di Harvard Business School pada tahun 2020 (Sagara Technology, 2021). Sebelumnya, Adi sempat mengambil cuti untuk terbang ke Singapura, berniat menyelesaikan proyek *startup* supaya seperti Mark Zuckerberg. Tapi, startup itu gagal dan ia kembali ke Bandung untuk melanjutkan kuliahnya. Tetapi Adi tidak berhenti menyerah dan menjadikan pengalamannya sebagai pembelajaran yang kemudian didirikanlah Sagara Technology bersama lima temannya dengan berlandaskan keinginan berkontribusi dibidang teknologi untuk Tanah Air. Meski ditengah proses semua temannya pergi meninggalkan Adi untuk bergabung dengan PT. Infia Media Pratama, Adi tetap memiliki tekad dan semangat yang kuat untuk membangun Sagara Technology dari awal lagi (SWAONLINE, 2019). Hingga saat ini Adi Arriansyah memiliki 92

karyawan dan berhasil memperoleh beberapa pencapaian yaitu, pada tahun 2018 diundang menjadi pembicara di *Tech in Asia*, pada tahun 2019 klien PT. Sagara Asia Teknologi (Sagara Technology) yaitu Qlue Smart City memenangkan “*The Best M-Government Service Apps*”, lalu diundang ke Startcon yang merupakan konferensi *startup* terbesar di Australia, dan mewakili Indonesia di CEBIT Australia sehingga dengan pencapaian tersebut penulis tertarik untuk melakukan kerja magang di PT. Sagara Asia Teknologi (Sagara Technology).

Dalam praktik kerja magang pada bagian *business development* di PT. Sagara Asia Teknologi, penulis memanfaatkan *database* untuk mengidentifikasi klien yang potensial. Menurut Kroenke & Auer, 2007, *database* merupakan sekumpulan catatan terintegrasi yang mendeskripsikan data itu sendiri. Sebuah catatan adalah representasi dari sebuah objek fisik maupun konseptual. Sebuah *database* berisi struktur yang menggambarkan data itu sendiri. Hal ini disebut metadata, yaitu data tentang data. *Database* terintegrasi karena satu data saling berhubungan dengan data lainnya (Berg, Seymour, & Goel, 2013). Sehingga dengan adanya *database*, identifikasi potensial klien menjadi dimudahkan karena terdapat berbagai informasi atau data mengenai potensial klien sehingga dapat melanjutkan ketahap *pitching* agar dapat memperkenalkan produk dari PT. Sagara Asia Teknologi (Sagara Technoogy) dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dari klien. Kemudian setelah mengidentifikasi potensial klien, diperlukannya pengembangan hubungan dengan *Customer Relationship Management (CRM)*. *Customer relationship management* merupakan suatu konsep penggabungan pemasaran dan konsumen untuk membangun hubungan. Menurut Dowling, cara terbaik untuk memperoleh keuntungan yaitu, mengembangkan hubungan dengan konsumen karena akan timbul rasa loyalitas pada konsumen. Dengan munculnya kesadaran akan pentingnya *CRM* maka potensi perusahaan memperoleh konsumen baru, dan mempertahankan yang sudah ada cukup besar. Dalam mencapai *CRM*, pemanfaatan alat dan teknologi banyak dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan (Bin-Nashwan & Hassan, 2017). Dalam hal ini, penulis menggunakan *website* admin dari PT. Sagara Asia Teknologi (Sagara Technology) untuk merespon secara cepat apabila ada konsumen yang bertanya dan membutuhkan jasa pengembang perangkat lunak sehingga

apa yang dibutuhkan konsumen dapat terselesaikan. Dengan begitu akan timbul loyalitas pada konsumen dan meningkatkan penjualan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari praktik kerja magang ini ialah, sebagai syarat kelulusan mahasiswa tingkat akhir Universitas Multimedia Nusantara dengan bobot 4 sks. Kemudian, Universitas Multimedia Nusantara merupakan Universitas yang sangat memperhatikan hal – hal yang berkaitan dengan persiapan mahasiswanya saat memasuki dunia kerja. Oleh sebab itu, Universitas Multimedia Nusantara mewajibkan para mahasiswanya untuk melakukan kerja magang dengan tujuan untuk dapat mengimplementasikan ilmu – ilmu yang dipelajari selama perkuliahan dan juga dapat menjadi pengalaman bagi mahasiswa sebelum memasuki dunia kerja yang sebenarnya. Tujuan dari praktik kerja magang itu sendiri ialah:

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan penulis dan untuk memenuhi mata kuliah *internship* (magang) di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengaplikasikan ilmu – ilmu atau teori yang telah didapatkan selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara dan mempersiapkan diri para mahasiswa untuk menghadapi dunia kerja yang sebenarnya sesuai dengan peminatan *entrepreneurship* dan perusahaannya juga merupakan perusahaan *startup technology*.
3. Mengembangkan pemikiran penulis untuk lebih kritis dalam menyelesaikan permasalahan di lapangan kerja.
4. Meningkatkan pengalaman kerja di perusahaan bagi penulis, agar dapat menjadi bekal dalam memasuki dunia kerja nantinya.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilaksanakan selama 3 bulan dengan total 60 hari kerja dari 30 April 2021 hingga 30 July 2021. Selama melaksanakan kerja magang, penulis memulai pekerjaan pada pukul 09.00 hingga 17.00 dari hari Senin hingga Jumat.

Waktu pelaksanaan magang dapat dijabarkan sebagai berikut:

Nama Perusahaan	: PT. Sagara Asia Teknologi (Sagara Technology)
Bidang Usaha	: <i>Website & Mobile Application Development</i>
Alamat Perusahaan	: Equity Tower, RT.5/RW.6, Senayan, Kebayoran Baru, South Jakarta City, Jakarta 12190
Waktu Pelaksanaan	: 30 April 2021 – 30 July 2021
Waktu Kerja	: Senin – Jumat, pukul 09.00 – 17.00
Posisi	: <i>Business Development</i>

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis dari sebelum melakukan kerja magang hingga selesai melakukan kerja magang adalah sebagai berikut:

- Mencari lowongan kerja magang melalui *website Tech in Asia* (<https://id.techinasia.com/>)
- Menyiapkan CV untuk melamar sebagai *Business Development internship* di PT. Sagara Asia Teknologi (Sagara Technology)
- Mendapatkan kabar dari *Human Resources* Sagara Technology bahwa penulis lolos ketahap *Interview*

- d. Melakukan *interview* dengan *Human Resources Department* PT. Sagara Asia Teknologi (Sagara Technology) melalui Google Meet dan penjelasan mengenai pekerjaan yang akan dilakukan di posisi *Business Development Internship*
- e. Memperoleh informasi melalui *email* dari *Human Resources* PT. Sagara Asia Teknologi (Sagara Technology) bahwa penulis diterima sebagai *Business Development internship*.
- f. Membaca dan menandatangani kontrak kerja magang.
- g. Mengisi formulir permintaan surat izin mahasiswa dan surat pengajuan kerja magang sebagai salah satu kelengkapan dokumen yang diperlukan untuk keperluan kerja magang.
- h. Melaksanakan kerja magang terhitung dari mulai tanggal 30 April 2021 secara WFH (*work from home*).
- i. Melengkapi dan mengisi formulir KM (kartu magang) 1 – 7 sebagai syarat laporan kerja magang.
- j. Membuat laporan kerja magang, melakukan bimbingan dengan Dr. Florentina Kurniasari T, S.Sos., MBA, dan melakukan revisi.
- k. Melaksanakan sidang kerja magang.

1.4 Sistematika Penulisan

Terdapat empat bab dalam sistematika penulisan laporan kerja magang yang berjudul “Pemanfaatan *Database* dan *CRM* untuk Meningkatkan Promosi Produk PT. Sagara Asia Teknologi (Sagara Technology) yaitu sebagai berikut:

1. BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan mengenai informasi yang menjadi latar belakang dari penulis dalam melakukan praktik kerja magang, maksud dan tujuan

praktik kerja magang, waktu dan prosedur dalam praktik kerja magang, serta sistematika penulisan laporan kerja magang.

2. BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan mengenai informasi dan profil perusahaan tempat praktik kerja magang, mulai dari sejarah singkat, visi dan misi perusahaan, beserta landasan teori yang digunakan oleh penulis dalam pembuatan laporan kerja magang.

3. BAB III: PROSES PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini, terdapat penjelasan mengenai kedudukan dan posisi penulis, tugas-tugas yang dilaksanakan, kendala serta solusi yang ditemukan dalam melakukan praktik kerja magang.

4. BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis menarik kesimpulan selama menjalani praktik kerja magang sesuai dengan topik permasalahan serta memberikan saran berdasarkan kendala yang dialami penulis untuk perusahaan tempat praktik kerja magang dengan harapan dapat dijadikan masukan agar menjadi lebih baik di masa yang akan datang