

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan

DQLab merupakan startup yang bergerak di bidang edukasi berbasis online yang berfokus untuk meningkatkan minat dan juga keterampilan dalam Data Science. Pada awalnya perusahaan konsultan bisnis yang bernama Xeratic, melihat bahwa masih banyak pelajar di Indonesia yang belum mengetahui tentang Data Science. Maka dari itu Xeratic bersama Universitas Multimedia Nusantara yaitu salah satu perguruan tinggi unggulan berbasis *Information and Communication Technology* (ICT) berkolaborasi untuk menghasilkan talenta-talenta muda yang berbakat yang bisa berkarya dan mengembangkan inovasi-inovasi terbaru di industri data. Kolaborasi antara dua perusahaan unggulan dalam bidangnya, pun akhirnya menciptakan startup bernama DQLab pada tahun 2018.



Sumber: (DQlab.id, 2021)

Gambar 2.1 Logo DQLab

DQLab berkomitmen untuk menjadi tempat dimana semua orang dapat belajar Data Science bersama-sama secara online dan juga menyediakan modul-modul pembelajaran yang relevan dan juga aplikatif sehingga dapat diterapkan dalam dunia kerja. Hingga saat ini DQLab sudah memiliki lebih dari 95,000 pengguna, serta telah menjalin kerja sama dengan lebih dari 30 perusahaan dan juga pemerintah. Selain itu DQLab juga menawarkan fasilitas-fasilitas untuk menunjang pembelajaran seperti kuis, *livecode editor*, serta terdapat 26 modul pembelajaran, 134 *chapter* dan 952 *sub-chapter* yang akan terus bertambah mengikuti kebutuhan perusahaan dan juga perkembangan teknologi.

DQLab juga bukan hanya hadir sebagai bisnis, tetapi juga memiliki visi dan misi untuk mengembangkan sumber daya manusia (SDM) yang ingin terjun kedalam dunia perdataan. Oleh karena itu pun DQLab menciptakan program-program yang dapat melatih kemampuan pelajar dengan menyediakan *challenge* dan juga *project* yang sesuai dengan apa yang akan dikerjakan di masa depan nanti. DQLab juga memanfaatkan teknologi agar dapat membantu para pelajar mengakses materi pembelajaran dimana saja dan kapan saja. Untuk itu, DQLab bertekad untuk terus mengembangkan layanan-layanan lainnya serta menggandeng perusahaan guna untuk mencapai tujuan yaitu meningkatkan kualitas pendidikan data di Indonesia.

Salah satu metode yang sering digunakan untuk meningkatkan *awareness* kepada calon pelajar mengenai Data Science adalah dengan menggunakan pemasaran. *Marketing* atau pemasaran menjadi salah satu elemen kunci dalam meningkatkan *brand awareness* ataupun penjualan suatu produk ataupun jasa. Saat melakukan *marketing* terdapat banyak variabel-variabel penting yang harus diperhatikan seperti proses menciptakan ide, mengkomunikasikan ide, cara penyampaian ide dan juga menawarkan produk atau jasa dari perusahaan ke konsumen. Tujuan utama dari *marketing* ini sendiri adalah untuk meningkatkan penjualan dari suatu produk yang nantinya

dapat mempengaruhi peningkatan laba ataupun nilai dari perusahaan. Dengan menggunakan strategi yang efektif dan efisien akan memudahkan konsumen dalam menerima pesan yang ingin disampaikan (Shinta, 2011, p. 34)

DQLab sendiri memiliki beberapa kompetitor lainnya dalam bidang *Data Science* seperti Medium.com, Algorit.ma, Course-net, Pacman Academy dan Bitlabs.id. Hingga saat ini DQLab merupakan posisi kedua dalam pencarian Data Science dibawah dari Digital Talent Scholarship yang didirikan oleh pemerintah guna mencari orang-orang berbakat dalam Data Science lalu diberikan beasiswa dari pemerintah. Tingginya tingkat persaingan antar kompetitor membuat DQLab menggunakan SEO untuk dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

2.2. Visi dan Misi Perusahaan

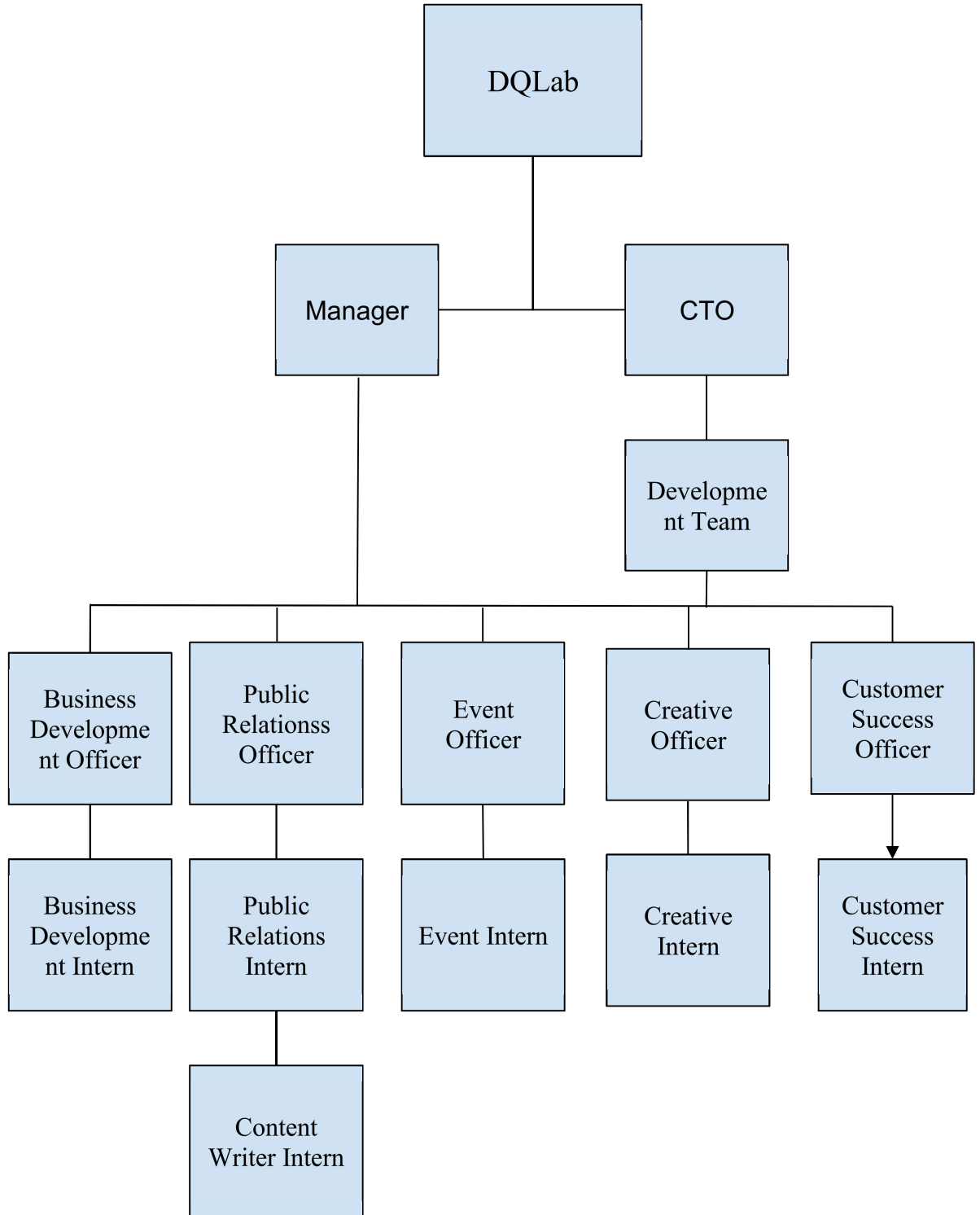
2.2.1 Visi Perusahaan

- A. Mendukung pemerataan pendidikan dalam bidang data, khususnya *Data Science* di Indonesia bagi masyarakat Indonesia.
- B. Mendorong masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda untuk mengenal, memahami, dan menguasai *Data Science* agar siap menghadapi era industri digital.

2.2.1 Misi Perusahaan

DQLab memiliki misi untuk 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*.

2.3. Struktur Organisasi Perusahaan



(Sumber olahan data pribadi penulis, 2021)

Gambar 2.2 Struktur organisasi produksi

Business Development pada DQLab memiliki tugas untuk 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 dalam *platform* DQLab sehingga dapat mendukung ilmu yang dipelajari *user* dan dapat terjun ke dunia kerja di bidang data.

Customer Success memiliki peran untuk 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 pembaruan akan berbayar (*Customer Retention*).

Divisi *Creative* berfokus untuk mengembangkan *social media* DQLab serta mengembangkan *design visual* dari kebutuhan *internal* DQLab secara keseluruhan. Divisi *Creative* juga memantau SEM (*ads digital*) dari DQLab dan turut memperbaharui SEM tersebut secara reguler.

Divisi *Event* bertugas untuk 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 *livesession*

B. Kerjasama Event dengan Universitas di Indonesia

- Menjalin kerjasama dengan Universitas di berbagai wilayah di Indonesia untuk membuat *Event* Edukasi mengenai *Data Science*.
- Menangani perancangan dan eksekusi pelaksanaan hingga *event* berakhir.

Dalam struktur organisasi terakhir DQLab pada divisi *Public Relations* memiliki tugas untuk menjembatani DQLab dengan Media untuk membangun relasi serta *awareness* mengenai program yang tersedia di DQLab. Membantu mengawasi performa SEO DQLab serta menyusun strategi promosi baik dari sisi *Digital Marketing* SEO maupun *Media Relation*. Divisi *Public Relations* terdiri dari *Public Relations Officer* dan *Content Writer Intern* dengan *job description* masing-masing sebagai berikut:

- B. Annisa Widya Davita selaku *Public Relations Officers* yang bertanggung jawab atas segala *keyword* pada artikel SEO. Ia juga memonitor segala keperluan dari *Public Relations* agar bisa berjalan dengan lancar dan mendapatkan hasil yang baik.
- B. Yohanes Ricky selaku Intern *Content Writer Intern* bertugas untuk membuat artikel SEO untuk website DQLab.id, media partner *website* Universitas Multimedia Nusantara, dan media partner *website* Jurusankuliah.id. Setiap bulannya terdapat target yang harus dicapai yaitu target untuk *website organic* yaitu mencapai 5400 *sign ups* dengan *conversion rate* (CVR) hingga 13% untuk media partner mencapai 1.350 *sign ups* dengan *conversion rate* 10%.