

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan globalisasi dan teknologi informasi (IT) pada sekarang ini telah memberikan pengaruh yang signifikan untuk segala bidang baik bidang industri, ekonomi, kesehatan, dan bidang lainnya. Dampak globalisasi ini juga memberikan perubahan pada kehidupan manusia yang dulunya hanya bisa berinteraksi sebatas teritorial tapi dengan perkembangan ini membuat manusia bisa berinteraksi dengan tidak terbatas hanya teritorial saja tapi bisa juga secara global [1]. Dalam bidang industri sendiri teknologi telah mengalami perkembangan dari revolusi industri 1.0 hingga revolusi industri 4.0 dan hingga sekarang ini akan berkembang menjadi *Society 5.0* yang memberikan perubahan besar untuk kehidupan masyarakat. Dikutip dari website Universitas Airlangga (ftmm.unair.ac.id) bahwa perkembangan revolusi industri 4.0 ini memberikan dampak yang begitu besar untuk segala bidang termasuk dalam ekonomi dan perdagangan [2].

Globalisasi ini juga telah menghapus jarak perdagangan yang dilakukan perusahaan sehingga bisa mendorong pertumbuhan bisnis secara pesat. Oleh karena itu dengan perkembangan teknologi dan globalisasi ini mengubah sebuah metode atau model bisnis yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan. Tidak hanya mengubah metode bisnis tapi sekarang ini hampir semua perusahaan melakukan investasi yang sangat besar pada infrastruktur IT untuk pertumbuhan utama perusahaannya. Selain model bisnis yang mengikuti perubahan tapi juga perilaku ekonomi dari praktik tradisional menuju digital yang sangat dinamis. [3], [4].



Gambar 1. 1 Jumlah Penggunaan Internet Indonesia

Sumber: indonesiabaik.id

Perubahan ini bisa terjadi karena didukung dari sebuah kutipan indonesiabaik.id yang menampilkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada periode 2022-2023 bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 215.63 juta dan jumlah ini meningkat sebesar 2,67% dibanding periode 2021-2022. Jumlah ini terus meningkat setiap periodenya [5]. Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk perkembangan ekonomi digital dikarenakan jumlah pengguna internet yang banyak. Indonesia sendiri diperkirakan memiliki 30 juta pembeli online pada tahun 2017 dan dikutip dari statista.com bahwa ini akan terus meningkat antara tahun 2023 dan tahun 2027 dengan total 48,2 juta pengguna [6], [7].

Dari jumlah pengguna internet di Indonesia dan jumlah pembeli online yang tinggi maka melahirkan suatu peluang bisnis baru yang menggunakan internet yang biasanya disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* ini sendiri juga menjadi prioritas bagi perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya karena bisa menghubungkan secara *real-time* dengan mitra dagang mereka. *E-commerce* juga merupakan suatu model bisnis yang melakukan petukaran data secara internet

antara kedua belah pihak yaitu *orifinator* dan *adresser* (penjual dan pembeli) dengan melakukan *bargaining* dan transaksi [1], [3].

Kehidupan masyarakat pada sekarang ini juga tidak terlepas dari belanja online di *e-commerce*. Dikutip dari inilah.com bahwa transaksi *e-commerce* Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dengan mencapai Rp.700 triliun pada tahun 2023 [8]. Tidak hanya itu dari Kontan.co.id bahwa *e-commerce* di Indonesia bisa berkembang pesat didukung dengan laporan yang berjudul “Asia: Markets to Watch 2023” yang di rilis oleh WGSN bahwa Indonesia menjadi negara ekonomi terbesar di Asia Tenggara dan bisa memulihkan sektor industri dari *product consumer goods*, ritel hingga infrastruktur [9].

Dengan melihat *e-commerce* di Indonesia yang terus meningkat. Hal ini membuat *e-commerce* menjadi salah satu teknologi terbaru yang bisa diterapkan di perusahaan agar bisa meningkatkan daya saingnya dikarenakan transisi perubahan ekonomi yang dilakukan secara konvensional menjadi digital. Namun, dalam melakukan implementasi *e-commerce* agar bisa berhasil maka perusahaan perlu membuat sebuah platform yang berkualitas tinggi agar bisa menarik terhadap perilaku pengguna [10]. *E-commerce* jika dilihat dari sudut pandang komunikasi bahwa *e-commerce* bisa mewakili perusahaan dalam hal informasi, layanan, produk hingga pembayaran. Sementara untuk pelayanan *e-commerce* ini bisa membantu perusahaan dalam menurunkan *operational cost* dan *maintenance*, menurunkan *procurement cost* dan pembelian, meningkatkan loyalitas dari pengguna, menjangkau lebih luas secara dosmetik atau non dosmetik, mempermudah untuk *customer relationship management*, mempercepat proses penjualan hingga sebagai platform promosi dari sebuah perusahaan atau brand untuk meningkatkan daya saingnya dengan kompetitor lain [3], [11], [12].

Dalam pembuatan *e-commerce* bisa dilakukan secara *mobile* maupun website sesuai dengan perkembangan teknologi sekarang ini. Adapun beberapa industri yang melakukan penjualannya secara konvensional yang membuat konsumen perlu mendatangi secara *on-site* toko untuk melihat, memilih dan membeli produk yang diinginkan. Hal ini membuat sebuah informasi produk yang dijual ataupun

informasi mengenai toko masih kurang efektif. Tidak hanya itu dalam melakukan promosi maka jangkauan promosi yang dilakukan akan kurang luas. Selain itu, dalam melakukan pencatatan penjualan, produk yang masih menggunakan pencatatan manual ini juga menambahkan ketidakefektifan dari suatu proses bisnis. Maka dari itu *e-commerce* dalam bentuk website ataupun *mobile* bisa membantu dalam memberikan solusi tersebut. Hal ini dikarenakan seluruh *information* mengenai *product* akan tercatat ke *e-commerce* tersebut dan ini akan melakukan automasi dalam melakukan pencatatan pembelian dan penjualan yang terjadi di perusahaan. Hal ini akan membuat suatu proses bisnis menjadi lebih efisien dan efektif [12].

Dari bentuk *e-commerce* baik *mobile* ataupun website maka bentuk website yang menjadi salah satu teknologi yang sangat dikenal oleh orang-orang. Hal ini dikarenakan website sendiri bisa menyimpan dan menyajikan berbagai macam informasi yang sedang dibutuhkan oleh seseorang atau perusahaan secara terpusat. Hal yang dapat disimpan di website seperti profile perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan, produk yang dijual dan website menjadi salah bentuk promosi dalam melakukan pemasaran. [13], [14]. Dengan mengimplementasikan *e-commerce* dalam bentuk website ini diharapkan bahwa bisa meningkatkan profit perusahaan dan menjangkau pasar yang lebih luas hingga dapat melakukan penjualan secara internasional [15]. Dalam membuat website *e-commerce* maka terlebih dahulu melakukan analisa kebutuhan perusahaan dan menemukan solusi dalam bentuk website sebagai jawaban dari permasalahan yang dihadapi perusahaan. Tentu dalam pembuatan website *e-commerce* ini tidak terlepas dari *database* perusahaan dan harus dapat berinteraksi dengan *hardware* yang dimiliki oleh perusahaan [16].

Dengan melihat perkembangan internet yang terjadi sekarang ini dan penggunaan *e-commerce* sebagai perlengkapan kebutuhan masyarakat Indonesia yang tidak terlepas dari belanja online. Perusahaan PT. Ritzproject Sinergi Visitama adalah perusahaan IT Consultant yang telah membuat sebuah *e-commerce* sebagai salah satu produk mereka. Tidak hanya produk tersebut saja tapi PT. Ritzproject

Sinergi Visitama telah membuat berbagai macam sistem untuk *user* mereka. Produk dari *e-commerce* ini merupakan *product* yang ingin dikembangkan menjadi produk berikutnya. Adapun tujuan dalam pembuatan produk ini yaitu untuk memenuhi kebutuhan pasar. Pembuatan *e-commerce* yang dibuat secara universal. Hal ini menjadi suatu keuntungan dan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan sebuah *customisasi* terhadap *e-commerce* yang telah dibuat oleh perusahaan PT. Ritzproject Sinergi Visitama. Perusahaan PT. Ritzproject Sinergi Visitama ini membuat sebuah *template* dasar dari *e-commerce* yang nanti bisa digunakan untuk perusahaan yang berskala baru hingga besar. Jika suatu saat nanti pengerjaan project ini telah berhasil menemukan klien atau *user* yang tertarik dengan project ini dan ingin kustomisasi *template* yang telah ada setelah periode magang ini berakhir maka project ini akan dilanjutkan secara langsung oleh karyawan tetap dari Perusahaan Ritzproject Sinergi Visitama.

Dengan Perusahaan PT. Ritzproject Sinergi Visitama mengembangkan project *e-commerce* ini telah membuat PT. Ritzproject Sinergi Visitama membuka beberapa lowongan pekerja magang dengan posisi *system analyst*, *software developer* dan *quality assurance*. Dengan melihat *e-commerce* yang saat ini yang masih terus berkembang maka penulis memutuskan untuk melamar dan bergabung sebagai karyawan magang di perusahaan PT. Ritzproject Sinergi Visitama sebagai *software developer (back-end developer)*. Penulis mendapatkan posisi *back-end developer* dengan menggunakan PHP dan *framework* Laravel dan untuk mengembangkan website *e-commerce* yang telah dibuat. *Framework* Laravel ini menjadi *framework* yang memudahkan penulis dalam mengembangkan website *e-commerce* karena terdapat beberapa fitur seperti *template engine*, *routing*, dan *modularity* [17]. Dalam melakukan kerja magang ini maka penulis melakukan kegiatan magang kurang lebih selama 640 jam atau kurang lebih 4-6 bulan. Selain itu penulis melakukan pre activities 60 jam dan juga membuat sebuah laporan kerja magang selama 207 jam dengan judul laporan **“Pengembangan *Back-end* pada Sistem *E-Commerce* Berbasis Web dalam PT Ritzproject Sinergi Visitama”**.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis memutuskan untuk melakukan kegiatan kerja magang MBKM track 2 di PT. Ritzproject Sinergi Visitama tentu memiliki tujuan yang ingin dicapai. Tujuan tersebut dibagi menjadi beberapa tujuan yaitu:

Tujuan umum:

1. Memenuhi syarat kelulusan (*yudisium*) pada program studi Sistem Informasi di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama perkuliahan program studi Sistem Informasi di Universitas Multimedia Nusantara kedalam dunia kerja.
3. Meningkatkan dalam hal komunikasi, mental di dunia kerja dan pemecahan masalah saat melakukan pengerjaan suatu project di dunia kerja.
4. Memperoleh wawasan dan pengalaman kerja yang bisa dijadikan dasar untuk berkarir di masa depan.

Tujuan khusus:

1. Mengetahui peran *back-end developer* dalam mengerjakan suatu project di dunia kerja.
2. Mendapatkan ilmu mengenai *framework* Laravel yang belum didapatkan selama perkuliahan.
3. Mendalami penggunaan bahasa pemrograman yang belum digunakan secara maksimal selama perkuliahan.
4. Mendapatkan gambaran umum mengenai metode pengembangan sistem *System Development Life Cycle (SDLC)* dengan *methodologies waterfall* saat diimplementasikan dalam dunia kerja.
5. Menambahkan koneksi pertemanan di dunia kerja

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang



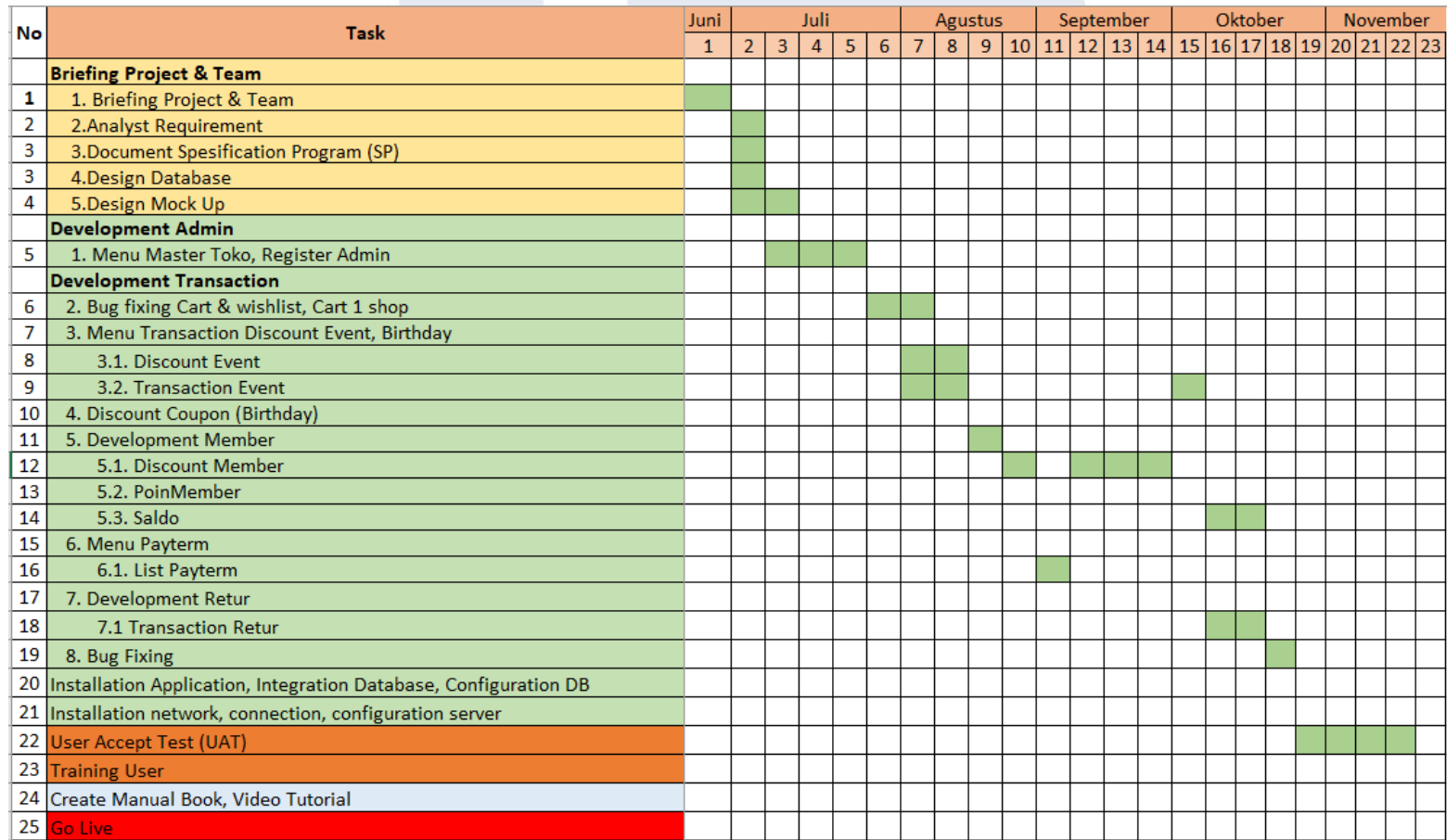
Gambar 1. 2 Meet menggunakan Gather

Penulis melakukan kegiatan magang pada semester ini selama 907 jam yang dibagi menjadi 3 aktivitas. Aktivitas pertama, penulis yang melakukan kegiatan kerja magang MBKM track 2 di perusahaan PT. Ritzproject Sinergi Visitama selama kurang lebih 976 jam atau kurang lebih memakan waktu 4-6 bulan mulai terhitung dari tanggal 26 Juni 2023 sampai tanggal 15 Desember 2023. Dalam melakukan kegiatan kerja magang MBKM Track 2 ini dilakukan secara *Work from Home* (WFH). Pelaksanaan kerja magang juga dilakukan hari senin sampai hari jumat dengan waktu kerja dari jam 08.00 pagi hingga 17.00 sore. Namun, sejak 29 Juli maka waktu kerja untuk periode magang menjadi hari Senin sampai hari Sabtu dengan waktu kerja dari jam 08.00 pagi hingga 17.00 sore. Pada awalnya dalam melakukan kegiatan kerja magang MBKM track 2 di PT. Ritzproject Sinergi Visitama akan melakukan sistem monitoring dengan menggunakan Google meet tapi dengan durasi yang tidak mencukupi maka sistem monitoring ini berpindah menggunakan Gather yang tidak memiliki batasan durasi

dapat terlihat pada gambar 1.2. Selain itu dalam melakukan *monitoring* ini dilakukan sesuai dengan *timeline* yang telah diberikan.

Kegiatan kerja magang ini tidak dilakukan pada hari-hari libur nasional seperti Hari Raya Idul Adha 1444 Hijiriyah jatuh pada tanggal 29 Juni 2023, Tahun Baru Islam 1445 Hijiriyah jatuh pada tanggal 19 Juli 2023, Hari Kemerdekaan Republik Indonesia jatuh pada tanggal 17 Agustus 2023, dan Maulid Nabi Muhammad SAW jatuh pada tanggal 28 September 2023. Aktivitas kedua, yaitu melakukan *pre activites* yang bertotal 60 jam dan aktivitas ketiga yaitu melakukan pembuatan laporan magang hingga revisi selama 207 jam.



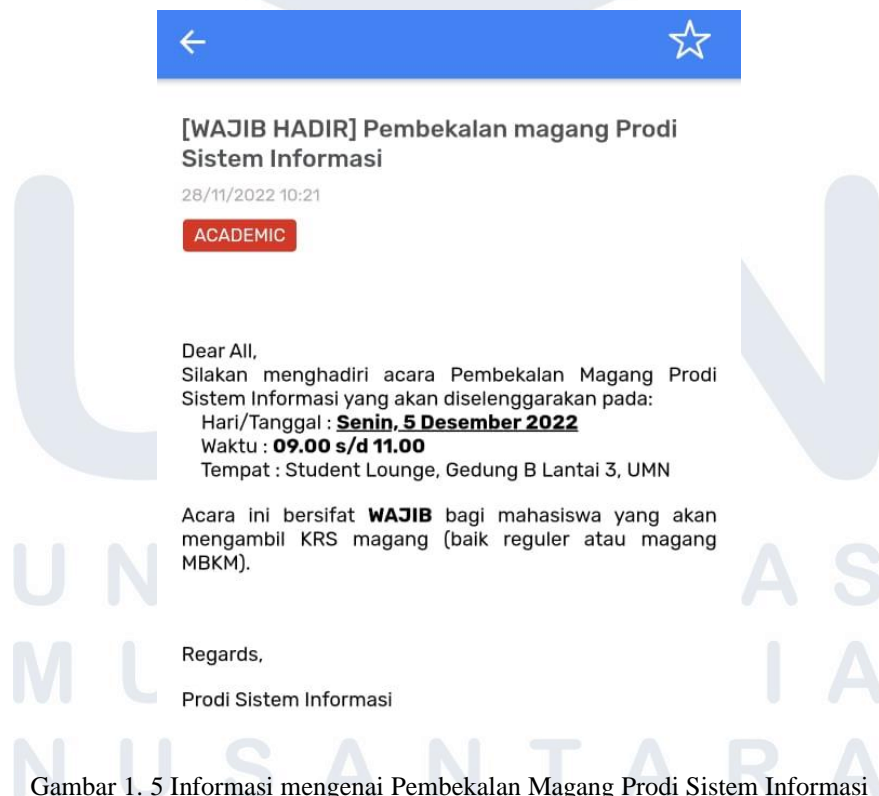


Gambar 1. 4 Gantt Chart dalam kegiatan magang

Gambar 1.3 merupakan *ganttt-chart* dalam melakukan kegiatan magang dari seluruh divisi yang ada pada PT. Ritzproject Sinergi Visitama. *Gantt chart* untuk kegiatan saya berada pada baris yang berwarna hijau selaku penulis sebagai *back-end developer*. Sementara untuk baris warna lainnya itu merupakan *ganttt chart* untuk setiap divisi yang terlibat dalam project magang ini. Sementara gambar 1.4 merupakan *ganttt chart* yang penulis kerjakan selama kegiatan magang berlangsung.

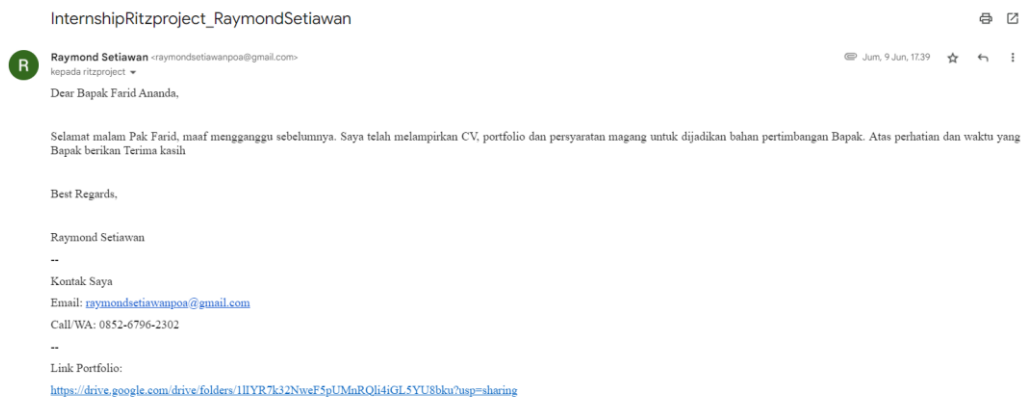
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kegiatan kerja magang tersebut ada beberapa tahapan prosedur yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa/i di Universitas Multimedia Nusantara. Prosedur pelaksanaan ini telah ditetapkan dan disepakati oleh program studi Sistem Informasi Universitas Multimedia Nusantara, yaitu:



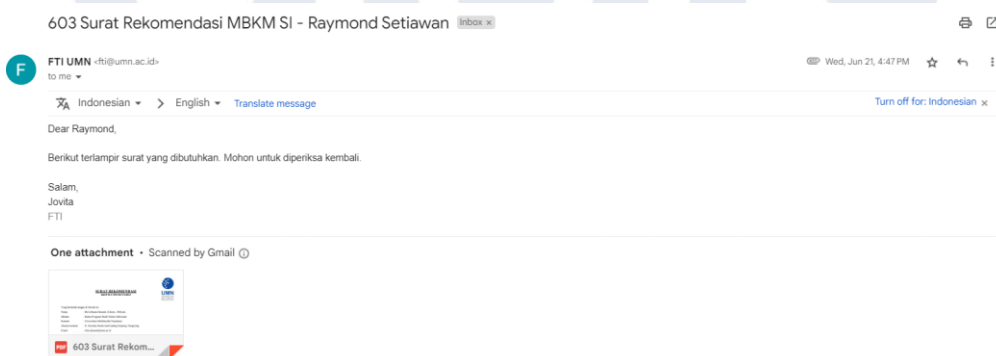
Gambar 1. 5 Informasi mengenai Pembekalan Magang Prodi Sistem Informasi

1. Terlebih dahulu penulis diwajibkan sekali mengikuti pembekalan magang program studi Sistem Informasi yang diinformasikan dibagikan melalui aplikasi UNION. Pembekalan magang dilaksanakan pada tanggal 5 Desember 2022 dapat dilihat pada gambar 1.5.



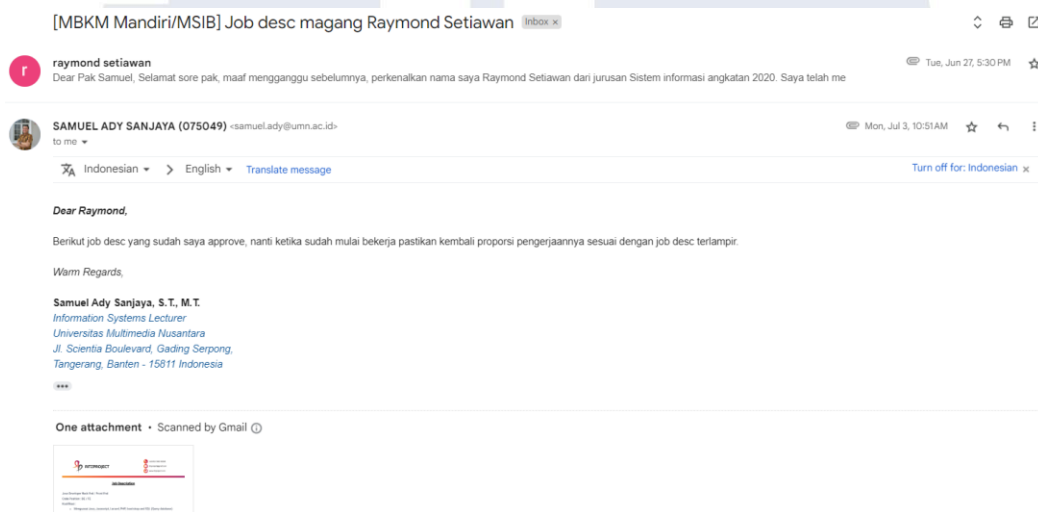
Gambar 1. 6 Mengirim CV dan Portofolio ke Ritzproject

2. Penulis mengirimkan Curriculum Vitae (CV) dan beberapa *project* yang telah dilakukan selama perkuliahan ke email perusahaan yaitu ritzproject@gmail.com pada tanggal 9 Juni 2023 dapat terlihat pada gambar 1.6.
3. Melakukan wawancara kerja magang secara online di Google meet sebagai keputusan akhir penerimaan kerja magang.
4. Penulis mendapatkan sesi *hand-over (sharing knowledge)* dari *batch* magang sebelumnya pada tanggal 19-20 Juni 2023.



Gambar 1. 7 Mendapatkan Surat Rekomendasi dari FTI UMN

5. Penulis mengisi form agar mendapatkan Surat Rekomendasi MBKM dari CDC UMN pada tanggal 21 Juni 2023 dapat terlihat pada gambar 1.7.
6. Penulis memberikan Surat Rekomendasi yang telah didapatkan ke perusahaan PT. Ritzproject Sinergi Visitama
7. Penulis mendapatkan Surat Penerimaan Kerja Magang, *Job Description detail*.



Gambar 1. 8 Approval dari Bapak Samuel Ady mengenai Jobdesc

8. Penulis mengirim email kepada Bapak Samuel Ady pada tanggal 27 Juni 2023 yang berisikan Surat Penerimaan Kerja Magang dan *Job Description detail* di PT. Ritzproject Sinergi Visitama untuk mendapatkan *approval* dari program studi agar bisa mengikuti kegiatan Magang MBKM Track 02 dapat terlihat pada gambar 1.8.
9. Penulis melakukan *registration* di website Kampus Merdeka UMN (<https://merdeka.umn.ac.id/>) pada tanggal 30 Agustus 2023.
10. Penulis melaksanakan kerja magang dari 26 Juni 2023 hingga 15 Desember 2023.