

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi saat ini telah mendorong perusahaan besar maupun perusahaan kecil untuk dapat beradaptasi dengan mengadopsi strategi pemasaran dan bisnis yang inovatif. Internet yang merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi yang telah menjadi salah satu aspek yang telah mengubah pasar dan dunia bisnis secara signifikan. Konsumen saat ini memiliki kebiasaan berbelanja yang berbeda diiringi dengan munculnya berbagai produk yang menjadi pilihan bagi konsumen. Perusahaan sebagai penyedia barang dan jasa perlu mengikuti kebiasaan konsumen dengan mengintegrasikan internet ke dalam sistem operasional dengan sistem *e-commerce* untuk mencapai hal yang menjadi tujuan dari perusahaan dalam menjalankan bisnis [1]. *E-commerce* biasa disebut juga sebagai perdagangan elektronik memiliki arti media elektronik dan internet yang digunakan dalam transaksi jual dan beli yang melibatkan barang dan jasa. *E-commerce* merupakan teknologi yang memungkinkan konsumen dapat menggunakan keranjang belanja online untuk membeli produk sampai tahap pembayaran secara *online* dengan berbagai macam cara [2].

Konsep *e-commerce* merupakan fenomena yang mengubah konsep pasar dengan sistem dan proses yang mudah untuk dimengerti sehingga dapat diterima masyarakat dengan baik. Individu maupun perusahaan sudah mengadopsi teknologi ini dan bahkan beberapa perusahaan sudah menjadikan *e-commerce* sebagai fokus utama dalam cara penjualan produk mereka. *E-commerce* telah membuka peluang baru bagi individu maupun perusahaan untuk dapat meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi mereka dengan kemudahan jalur distribusi yang lebih efisien dan juga ekonomis[3]. Pemanfaatan layanan *e-commerce* dapat memberikan akses yang lebih cepat bagi pelanggan dan perusahaan, perusahaan yang mengadopsi penggunaan *e-*

commerce juga membuka peluang untuk produknya dapat bersaing dipasar global. Perkembangan *e-commerce* masih terus terjadi sampai saat ini dan masih memiliki potensi yang besar untuk diadaptasikan oleh perusahaan atau individu dalam mendistribusikan barang atau jasa yang mereka miliki[4].

Perusahaan industri yang masih mengandalkan penjualan lewat toko di lokasi fisik memiliki keunggulan dalam pengalaman konsumen yang mampu melihat produk langsung ke toko namun ada juga kekurangannya yaitu gagalnya penyampaian informasi dan promosi yang dapat diberikan kepada konsumen. Respon yang tepat untuk diambil perusahaan adalah mengadopsi teknologi *e-commerce* untuk menutupi kekurangan tersebut dan memasarkan produk dengan cara lain untuk memperluas jangkauan perusahaan kepada konsumen. Perusahaan bisa mengadopsi teknologi *e-commerce* adalah dengan pembuatan situs *webiste e-commerce* sendiri atau ikut memasarkan produk menggunakan pihak ketiga sebagai pengelola *webiste e-commerce*. Penerapan teknologi *e-commerce* akan meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses bisnis perusahaan [5].

Penggunaan situs web dapat mengatasi kesulitan penyajian informasi yang kurang detail saat disampaikan secara langsung dan *webiste e-commerce* juga memiliki keunggulan dalam pencatatan transaksi penjualan dan pembelian yang dilakukan oleh perusahaan. Teknologi *E-commece* merubah proses yang rumit karena konsumen hanya perlu melihat apasaja ketentuan yang telah ditetapkan oleh penjual (*term of condition*). Ketika konsumen setuju dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka langkah selanjutnya adalah memilih produk yang tersedia dari penjual dengan petunjuk yang sesuai. Proses selanjutnya adalah melakukan pembayaran lewat bank transfer, dompet digital, dan lain sebagainya. Setelah itu, konsumen hanya perlu menunggu barangnya sampai dialamat yang konsumen cantumkan[6].

Peluang penggunaan *e-commerce* untuk memasarkan produknya juga ingin diadopsi oleh PT Alpack Tectona Indonesia yang merupakan anak perusahaan dari PT Modern Gravure Indoenesia. PT Alpack Tectona Indonesia sendiri

merupakan perusahaan yang memproduksi *paper bag*. Perusahaan ini memproduksi *paper bag custom* sesuai permintaan klien. Perusahaan memutuskan menggunakan *e-commerce* karena ingin menjangkau lebih banyak konsumen. Proyek pembuatan *e-commerce* ini diberikan kepada mahasiswa magang yang memiliki keahlian untuk membuat *webiste* merancang, mendesain, kode untuk *frontend* dan *backend* yang dibantu dengan supervisor yang sudah berpengalaman dalam pembuatan berbagai macam *webiste*. Mahasiswa akan diawasi dan dibantu oleh supervisor untuk membuat *webiste e-commerce* PT Alpack Tectona Indonesia.

Melihat adanya peluang untuk mengikuti proses pembuatan *webiste e-commerce* yang memiliki fokus utama dalam produksi *paper bag custom*, membuat ketertarikan dan merasa termotivasi untuk melamar sebagai karyawan magang di PT Modern Gravure Indonesia. Tugas yang dilakukan adalah untuk terlibat dalam seluruh rangkaian pembuatan *webiste e-commerce*, mulai dari perancangan sampai tahap *webiste* siap untuk diluncurkan. *Webiste e-commerce* ini dibuat untuk PT Alpack Tectona Indonesia dengan tujuan untuk memperluas jangkauan konsumen. Kesempatan ini menjadi pintu untuk meraih pengalaman dan pelajaran berharga sebagai pengembang *webiste e-commerce* untuk perusahaan manufaktur yang mengerjakan *frontend dan backend*-nya. Pelaksanaan kerja magang akan dilakukan selama 800 jam atau sekitar 5 bulan, dengan waktu pelaksanaan yang panjang berharap dapat memahami secara mendalam mengenai proses pembuatan *e-commerce* yang akan diintegrasikan dengan proses bisnis perusahaan demi meningkatkan efisiensi bisnis perusahaan. Kesempatan untuk bekerja dibawah supervisor berpengalaman juga menjadi nilai tambah untuk bekerja sebagai karyawan magang PT Modern Gravure Indonesia.

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari melakukan kerja magang di PT Modern Gravure Indonesia dibagi menjadi dua tujuan, yaitu:

Tujuan umum:

1. Memenuhi persyaratan kelulusan dalam program studi Sistem Informasi Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama mengikuti program studi Sistem Informasi Universitas Multimedia Nusantara pada dunia kerja.
3. Memperoleh pengalaman dan ilmu dunia kerja untuk perkembangan karier dimasa depan.
4. Mengembangkan keterampilan pemecahan masalah, komunikasi, dan penyelesaian masalah dibawah teknanan saat bekerja.

Tujuan khusus:

1. Memahami proses pembuatan *webiste e-commerce* mulai dari perancangan sampai peluncuran *webiste* dalam praktik kerja.
2. Memahami tugas dan peran *full stack developer* dalam mengerjakan suatu project dalam dunia kerja
3. Memahami praktik langsung pengetahuan mengenai html, css, javascript, dan php.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Periode pengerjaan magang adalah selama periode 800 jam atau kurang lebih 5 bulan dimulai dari tanggal 7 agustus 2023 hingga 6 januari 2024. Pelaksanaan kerja magang akan berlangsung selama 5 hari seminggu dari senin sampai jumat mulai pukul 08.00 WIB sampai 17.00 WIB. Proses kerja magang tidak dilakukan pada tanggal merah atau hari libur besar seperti tanggal 17 Agustus 2023 (Kemerdekaan Indonesia) dan 28 September 2023 (Maulid Nabi Muhammad). Proses kerja magang dilakukan dengan sistem WFO (*work from office*). Sistem *monitoring* hasil kerja dilakukan setiap hari oleh supervisor.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan oleh program studi Sistem Informasi Universitas Multimedia Nusantara adalah sebagai berikut:

1. Mengisi formulir untuk memperoleh Surat Rekomendasi magang MBKM dari CDC UMN.
2. Mengirimkan surat lamaran ke kantor PT Modern Gravure Indonesia
3. Menjalani proses wawancara magang secara langsung di kantor PT Modern Gravure Indonesia.
4. Mengirimkan *email* kepada Bapak Samuel Ady, *email* berisi rincian mengenai jobdesc magang dan *Letter of Acceptance* untuk meminta *approval* terkait prosedur menjalankan magang MBKM Track 02.
5. Mendaftar secara *online* di <https://merdeka.umn.ac.id>.
6. Melakukan kerja magang mulai dari tanggal 7 agustus 2023 sampai 6 januari 2023.

