

BAB I

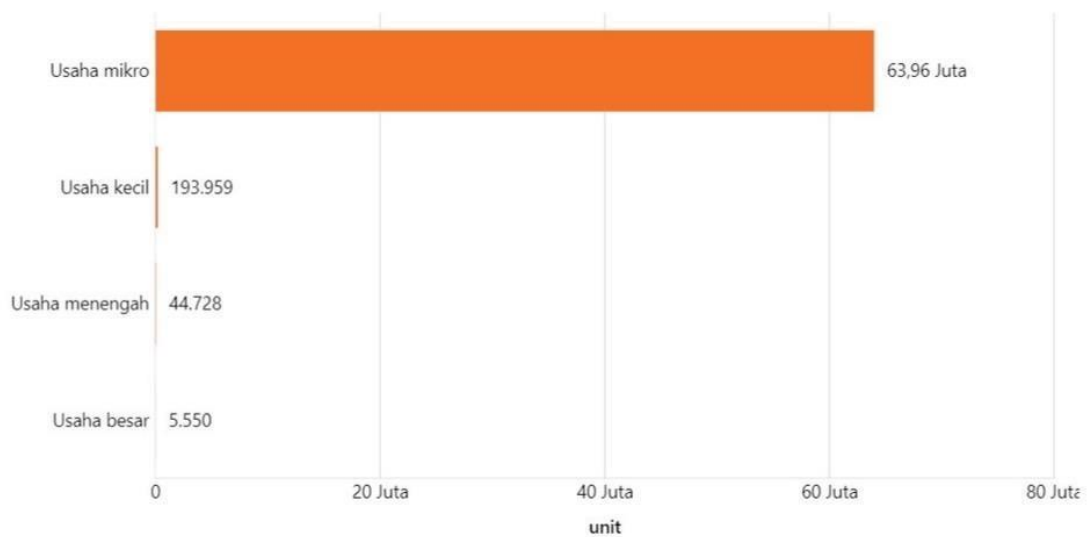
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era sekarang ini tepatnya Industri 4.0, dengan teknologi yang semakin maju dan merata, persaingan di antara pengusaha menjadi sangat intens. Usaha-usaha baru yang didukung oleh teknologi canggih, modal besar, langganan yang solid dengan pemasok, dan dikelola oleh pengusaha berpendidikan tinggi berhasil mengungguli usaha-usaha lama. Faktor-faktor tersebut menjadi kunci bagi pengusaha baru untuk mempertahankan eksistensinya. Kemajuan teknologi dan semakin meluasnya peluang pasar digital di era ini mendorong pengusaha UMKM seperti warung, kedai, dan toko kelontong untuk mencari solusi agar bisa terus berkembang (Wilya Achmad, 2021).

UMKM merupakan jenis usaha yang didirikan oleh warga negara, baik sebagai usaha perorangan maupun perusahaan. Sejak dahulu UMKM memiliki dampak dan peran penting dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi besar terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi (Wilantara, 2016). Kehadiran UMKM sangat berdampak pada pertumbuhan ekonomi negara dan berpotensi mendistribusikan pendapatan kepada masyarakat. Berdasarkan informasi dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2018, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran signifikan dalam ekonomi Indonesia, menyumbang sekitar 61,97% dari Produk Domestik Bruto (PDB), yang bernilai sekitar 8.573,89 triliun rupiah, serta mempekerjakan 97% dari total tenaga kerja. Di Jawa Tengah, pada tahun 2021, tercatat ada 4,19 juta pelaku UMKM, yang terdiri dari 3,7 juta usaha mikro, 354.884 usaha kecil, dan 39.125 usaha menengah.

Melihat peran penting UMKM dalam perekonomian nasional, ada ketertarikan untuk magang di perusahaan retail terkemuka Indonesia yang mendukung UMKM, khususnya warung atau toko kelontong. Salah satu perusahaan tersebut adalah PT Sumber Trijaya Lestari, yang kini dikenal sebagai Aksesmu. Perusahaan ini didirikan oleh PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) pada tahun 2022. Aksesmu adalah aplikasi digital yang beroperasi secara business to business (B2B), memudahkan UMKM dalam mengurus kebutuhan mereka, baik untuk pembelian grosir maupun eceran. Aksesmu menawarkan layanan pengiriman gratis pada hari yang sama dan memberikan pendampingan usaha untuk Outlet Binaan Aksesmu (OBA). Selain itu, Aksesmu menyediakan berbagai metode pembayaran seperti COD, transfer bank, virtual account, e-wallet, Qris, dan toko modal (*Company Profile Aksesmu, 2023*).



Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2021

Sumber: databoks.id

Mengacu pada data pada gambar 1.1, tercatat bahwa jumlah total UMKM mencapai 63,96 juta pada tahun 2021 (Databoks.id, 2019). Meski menghadapi banyak tantangan seperti

kesulitan modal, persaingan digital, dan dampak pandemi COVID-19 pada tahun 2020, UMKM tetap bisa bertahan dengan mengambil hikmah dari setiap situasi, seperti memanfaatkan teknologi untuk pengiriman barang dan jasa selama pandemi (Databoks.id, 2019).

Bidol & Marmin (2022) menyatakan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) saat ini mendominasi dengan jumlah total 64,13 juta dari 64,19 juta usaha, termasuk 2 Toko kelontong merupakan salah satu usaha mikro yang banyak diminati oleh berbagai kalangan konsumen karena penjualnya menyediakan produk-produk yang diperlukan untuk kehidupan sehari-hari. Banyaknya UMKM di Indonesia memberikan peluang besar bagi perusahaan distribusi besar untuk memasok produk-produk yang dibutuhkan sektor UMKM di warung, toko kelontong, dan horeka (hotel, restoran, dan kafe). Hal ini sering kali disebabkan oleh penjualan yang tidak stabil, margin keuntungan yang kecil, dan faktor lainnya. Untuk mengatasi tantangan ini, pemilik toko kelontong harus mencari solusi kreatif. PT Sumber Trijaya Lestari, salah satu bisnis retail terkemuka di Indonesia, berusaha membantu UMKM dengan memudahkan mereka melekat digital dan menyediakan modal awal melalui program toko modal.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang B2B, Aksesmu bertanggung jawab atas aktivitas penjualan produk yang membantu UMKM mengelola persediaan mereka. Untuk mencapai target pasar dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen, Aksesmu menerapkan strategi CRM & B2B. Strategi ini bertujuan untuk memahami kebutuhan Outlet Binaan Aksesmu (OBA), menjaga loyalitas mereka, mengaktifkan kembali OBA yang tidak aktif, dan menawarkan promosi menarik. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan setia sangat penting untuk kesuksesan perusahaan B2B. Oleh karena itu, penerapan CRM menjadi krusial untuk menciptakan loyalitas merek (Marjan, 2015). Sebagai mahasiswa Komunikasi Strategis yang mempelajari taktik pemasaran, magang di divisi Customer Relationship di Aksesmu sangat cocok bagi saya. Ketertarikan utama saya adalah karena Aksesmu selalu berusaha menjaga pelanggan mereka tetap aktif berbelanja melalui komunikasi intensif, termasuk melalui grup WhatsApp yang

dibuat untuk setiap wilayah. Hal tersebut dapat terlihat ketika kompetitor Aksesmu, Go-Toko yang merupakan perusahaan rintisan atau startup sempat menjadi primadona ketika tren perkembangan digital sedang merekah (KataData.Id). Pada dasarnya penerapan CRM dan Sales Promotion sangat penting bagi perusahaan, terutama yang bergerak di bidang retail.

Customer Relationship Management (CRM) bertujuan untuk memperoleh, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggan, menciptakan nilai bagi pelanggan sehingga mereka merasa puas, dan memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan (Alma, 2012). Sebagai bagian dari divisi CRM di Aksesmu, penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan informasi resmi melalui grup WhatsApp dan menjalankan program loyalty member seperti program Win Back untuk mengaktifkan kembali OBA yang tidak aktif selama 4 bulan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kegiatan magang di PT Sumber Trijaya Lestari - Aksesmu memiliki berbagai tujuan, di antaranya:

1. Mempelajari bagaimana Consumer Relationship Management & Digital Media diterapkan di PT Sumber Trijaya Lestari (AKSESMU).
2. Mengimplementasikan pengetahuan dari mata kuliah yang telah dipelajari pada masa perkuliahan terkait dengan peran dan fungsi *Consumer Relationship Management, Sales Promotion dan Social Media Strategy*.
3. Meningkatkan kemampuan bekerja dalam tim serta keterampilan komunikasi dengan anggota tim divisi ataupun lainnya.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Sebagai salah satu syarat Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara, penulis menjalani magang di PT Sumber Trijaya Lestari (Aksesmu), yang berlokasi di Alfa Tower Lt. 21, Jalan Jalur Sutera Barat Kavling 9, Alam Sutera, Kota Tangerang 15143, Banten, Indonesia. Magang ini berlangsung dari 21 Februari 2024 hingga 30 Juni 2024, dengan jam kerja dari Senin hingga Jumat, mulai pukul 08.00 hingga 18.00 WIB. Total durasi magang mencapai 640 jam, ditambah 207 jam bimbingan dari advisor.

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

HARI	JAM
Senin	08.00 – 18.00 WIB
Selasa	08.00 – 18.00 WIB
Rabu	08.00 – 18.00 WIB
Kamis	08.00 – 18.00 WIB
Jumat	08.00 – 18.00 WIB

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Langkah-langkah yang harus diikuti oleh penulis sesuai dengan aturan magang dari Universitas Multimedia Nusantara adalah sebagai berikut:

1. Menghadiri sesi persiapan magang yang diadakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi di Function Hall.
2. Mengisi Kartu Rencana Studi (KRS) untuk track 1 magang di situs myumn.ac.id dengan memenuhi syarat mata kuliah yang telah ditetapkan.
3. Menyiapkan curriculum vitae (CV), mengajukan surat rekomendasi, dan melampirkan transkrip nilai dari semester 1 hingga 5 ke BIA untuk mendaftar sebagai peserta Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) melalui situs Kampus Merdeka yang dikelola oleh Kemdikbud.
4. Mengajukan formulir KM-01 melalui Google Form untuk mengajukan

magang di PT Sumber Trijaya Lestari dan mendapatkan surat persetujuan dari universitas berupa KM-02.

5. Menerima surat penerimaan magang dari perusahaan dan mengunggahnya ke merdeka.umn.ac.id untuk mendapatkan akses ke pengisian tugas harian dan formulir KM-03.
6. Memulai kerja magang dari tanggal 21 Februari hingga 30 Juni 2024.
7. Mengikuti 8 kali sesi bimbingan wajib dengan dosen pembimbing yang telah ditentukan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi dan fokus memulai laporan magang sebagai syarat sidang magang.
8. Menulis laporan magang sesuai pedoman yang ditetapkan dan berdasarkan masukan dari dosen pembimbing.
9. Mengikuti sidang praktek kerja magang sesuai dengan jadwal yang ditetapkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi.
10. Mengikuti 8 kali sesi bimbingan wajib dengan dosen pembimbing yang telah ditentukan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi dan fokus memulai laporan magang sebagai syarat sidang magang.
11. Menulis laporan magang sesuai pedoman yang ditetapkan dan berdasarkan masukan dari dosen pembimbing.