

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir semakin pesat, terutama di sektor *e-commerce*, yang didukung oleh besarnya pasar konsumen. Hal ini dapat dilihat dari terus meningkatnya tingkat penetrasi *e-commerce* di Indonesia, yang telah mencapai 21,56% dan jumlah pengguna sebanyak 58,63% pada tahun 2023 [1]. Berdasarkan laporan Economy SERA 2023 yang disusun oleh Google, Bain & Company, dan Temasek, nilai transaksi ekonomi digital Indonesia diprediksi akan terus meningkat hingga 2030, dengan *e-commerce* menjadi kontributor utama [2]. Potensi perkembangan ini tidak hanya menguntungkan perusahaan besar, tetapi juga memberikan peluang signifikan bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) untuk memperluas pasar dan mempercepat pertumbuhan bisnis yang dilakukan. UMKM sendiri memegang peran penting dalam pertumbuhan perekonomian negara dengan meningkatkan lapangan kerja dan upah [3]. Perkembangan teknologi, khususnya *e-commerce*, dapat membantu UMKM untuk memperluas akses pasar dan menciptakan peluang kerja baru, sehingga berperan penting dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi di Indonesia [4].

Sebagai perusahaan teknologi yang berfokus pada pembayaran digital, PT Indobest Artha Kreasi (IAK) juga menyediakan layanan yang dapat membantu meningkatkan potensi perkembangan UMKM di Indonesia dengan memanfaatkan *e-commerce*, yaitu Whitelabel. Whitelabel adalah layanan *Business to Consumer* (B2C) yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk mengembangkan aplikasi dan situs web *e-commerce* penjualan produk digital dengan *branding* masing-masing penggunanya [5]. Layanan Whitelabel menggunakan sistem *multi-tenancy*, yang memungkinkan *tenant* untuk dapat memiliki platform penjualannya sendiri tanpa perlu mengeluarkan biaya operasional yang besar dengan akses teknologi yang lebih terjangkau [6]. Whitelabel sendiri menyediakan beberapa tipe penjualan, salah satunya ialah *Payment Point Online Bank* (PPOB). Produk PPOB yang tersedia berupa pulsa, paket data, *voucher*, tagihan, *e-money*, dan lainnya.

Whitelabel dilengkapi dengan berbagai fitur yang dirancang untuk mendukung kebutuhan *tenant* dalam menjalankan bisnisnya. Namun, untuk

memastikan bahwa layanan ini selalu relevan dengan kebutuhan pasar dan tren terkini, pengembangan fitur secara berkelanjutan sangat diperlukan. Salah satu tantangan dalam berbisnis adalah bagaimana cara menarik minat pelanggan. Banyak pelanggan merasa bahwa harga yang ditawarkan cenderung standar dan tidak ada penawaran yang menarik. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah ini diperlukan adanya fitur yang memungkinkan *tenant* untuk menyelenggarakan *event* promosi dengan fokus pada diskon dan penawaran menarik. Dengan adanya fitur promosi, *tenant* dapat merancang program diskon yang dapat disesuaikan sesuai kebutuhan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk dan menarik lebih banyak pelanggan.

Semakin banyak pelanggan yang berminat untuk bertransaksi, semakin banyak juga permintaan-permintaan yang mungkin disampaikan kepada pihak *tenant* terkait produk-produk yang diinginkan pelanggan agar tersedia dalam aplikasi *tenant* untuk dapat ditransaksikan. Salah satu permintaan produk yang paling banyak diinginkan adalah produk pascabayar Telkomsel Omni. Telkomsel Omni sendiri merupakan saluran pembelian berbagai paket data/internet yang disediakan Telkomsel, yang menggunakan konsep *omni channel* dengan mengintegrasikan proses transaksi di saluran *online* dan *offline*. Pembelian produk Telkomsel Omni dapat dilakukan di mitra-mitra terdekat menggunakan *QR code* yang tersedia [7]. Karena banyaknya permintaan untuk menghadirkan produk ini, maka perlu dilakukan integrasi produk Telkomsel Omni pada aplikasi Whitelabel. Integrasi produk ini meliputi pemilihan produk yang dilakukan langsung dari Whitelabel, hingga pembuatan tagihan dan pembelian produk menggunakan kode dari *QR code* yang ada.

Selain pengembangan yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan *tenant*, perlu juga adanya peningkatan yang dapat mendukung kebutuhan operasional internal tim dalam mengelola para *tenant* yang terdaftar. Saat ini, para *tenant* yang memilih tipe penjualan PPOB memiliki dua opsi *supplier* produk, yaitu *supplier* A dan *supplier* B. Ketika *tenant* memilih salah satu dari keduanya, *tenant* dapat kapan saja mengajukan permintaan untuk beralih ke *supplier* lainnya, yang tentunya akan didiskusikan terlebih dahulu oleh kedua belah pihak. Setelah disetujui, maka akan dilakukan migrasi antar *supplier* secara manual oleh tim IT. Pada proses ini, terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan agar *tenant* dapat beralih menggunakan *supplier* yang baru, yaitu perubahan konfigurasi, penghapusan daftar harga, dan lainnya. Namun proses migrasi yang masih dilakukan secara manual ini sangat rentan terhadap *human error*, terutama dengan

meningkatnya permintaan *tenant* untuk melakukan migrasi *supplier*. Dengan demikian, perlu dibuat sebuah fitur yang dapat membantu tim IT untuk dapat melakukan proses migrasi antar *supplier* untuk *tenant* secara otomatis, yang akan disediakan pada situs web yang biasa digunakan untuk mengelola *tenant*.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Beberapa maksud dari dijalankannya kegiatan magang yang dilaksanakan di PT Indobest Artha Kreasi tertera sebagai berikut.

1. Menerapkan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan dalam proses penyelesaian pekerjaan.
2. Mengasah kemampuan *problem solving* dengan dihadapkannya langsung dengan masalah nyata yang ada dalam lingkup kerja.
3. Memperluas pengetahuan dan keterampilan dengan mengerjakan hal-hal baru, dibimbing oleh senior yang berpengalaman.
4. Menambah pengalaman kerja sekaligus berorganisasi melalui keterlibatan secara langsung dalam perusahaan.

Kegiatan magang ini bertujuan untuk membuat fitur promosi produk prabayar PPOB, melakukan pengembangan integrasi produk Telkomsel Omni, serta automasi pada proses migrasi antar *supplier* pada *website* Whitelabel.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang di PT Indobest Artha Kreasi dimulai pada 1 Juli 2024 dan berlangsung hingga 31 Desember 2024, sesuai dengan kontrak kerja yang ditetapkan. Berikut adalah rincian waktu pelaksanaan program magang tersebut.

1. Pelaksanaan kerja magang dilakukan setiap hari Senin hingga Jumat, dengan sistem *hybrid*, dengan pembagian *Work From Office* (WFO) selama 2 hari, yaitu pada hari Rabu dan Jumat, kemudian 3 hari sisanya secara *Work From Home* (WFH).
2. Jam kerja yang diberlakukan dimulai dari pukul 10.00 hingga 18.00, dengan jam istirahat makan siang pada jam 12.00 selama satu jam.

Adapun prosedur kerja magang yang diterapkan adalah sebagai berikut.

1. Presensi harian dilakukan dengan memanfaatkan fitur *clock in* dan *clock out* pada aplikasi Talenta.
2. Setiap minggu, rapat divisi diadakan pada hari Senin dan Rabu untuk mendiskusikan pekerjaan yang sedang berlangsung, yang akan datang, serta kendala yang dialami.
3. Sistem kerja diatur menggunakan sistem *cycle*, yang mana setiap *cycle* memiliki durasi enam minggu, diikuti oleh periode *buffer* selama dua minggu.
4. Mengisi *progress* harian pada situs web Basecamp.
5. Komunikasi yang berhubungan dengan pekerjaan dilakukan melalui Basecamp dan Telegram.

