

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada abad ke-20, kebutuhan manusia akan akses informasi dan berbagai layanan elektronik lainnya sangat terbantu dengan perkembangan teknologi yang pesat. Kemajuan teknologi ini mendorong munculnya inovasi di sektor grosir digital, yang dikenal sebagai e-grocery. Layanan e-grocery menjadi salah satu solusi belanja yang memudahkan konsumen melalui aplikasi ponsel. Dengan layanan ini, pembelian dapat dilakukan dari rumah, dan barang belanjaan akan dikirim langsung ke alamat pembeli. Seiring waktu, persaingan layanan e-grocery di Indonesia semakin meningkat, dan setiap aplikasi terus dikembangkan [1].

Salah satu aplikasi e-grocery yang banyak digunakan adalah Alfagift, yang dirancang untuk memberikan layanan belanja dengan manfaat keanggotaan yang terintegrasi, baik secara online maupun offline. Alfagift terhubung dengan lebih dari 15.000 toko Alfamart yang tersebar di seluruh Indonesia, sehingga memungkinkan pengiriman dengan cepat [2]. Beberapa keunggulan yang ditonjolkan oleh Alfagift meliputi pengiriman tanpa biaya ongkir, layanan pengiriman instan, serta berbagai program promosi menarik, termasuk penggunaan voucher. Alfagift berupaya menjadi one stop shopping destination yang menjadi solusi belanja grosir bagi konsumen Indonesia. Melalui pemanfaatan teknologi, analisis data, dan strategi pemasaran yang efektif, Alfagift terus beradaptasi dan berkembang di era digital yang dinamis. Selama tiga tahun terakhir, pertumbuhan penjualan Alfagift rata-rata mencapai 750% per tahun, dengan target pertumbuhan sebesar 40% pada tahun ini [3].

Setiap promosi menarik, terutama voucher, harus dilakukan rekap data oleh para karyawan internal PT Global Loyalty Indonesia, sebagai salah satu perusahaan yang mendukung operasional Alfagift. Rekap data ini agar perusahaan mengetahui berapa peningkatan dan ekspektasi pertumbuhan penjualan tiap tahunnya untuk memasang target atau rencana baru. Saat ini proses rekap data masih dilakukan

secara manual, dimana setiap karyawan dari berbagai departemen harus mengontak atau mengirim email ke tim departemen Business Controlling. Frekuensi email yang banyak ini menyulitkan tim Business Controlling dan bingung membedakan mana data yang sudah direkap, diterima, ditolak, atau belum diperiksa. Tim Business Controlling kemudian meminta dibuatkan aplikasi bernama Voucher Targeted untuk mempermudah proses rekap data dan tidak berulang kali dikontak oleh berbagai pihak yang ingin mengajukan rekap data voucher.

Project Voucher Targeted ini dirancang sebagai platform internal berbasis web yang memungkinkan pembuatan, pengajuan, dan pemrosesan data voucher secara terpusat. Web ini dilengkapi fitur untuk menyetujui atau menolak voucher secara langsung oleh tim Business Controlling, mengirimkan notifikasi email otomatis kepada pihak terkait, serta terintegrasi dengan Tableau untuk memvisualisasikan data. Dengan hadirnya Voucher Targeted, efisiensi operasional bisnis diharapkan meningkat, sekaligus mengurangi frekuensi mengontak tim Business Controlling.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang yang dilakukan memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut:

- Memenuhi persyaratan mata kuliah internship guna mencapai kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara.
- Menerapkan ilmu yang didapatkan pada masa perkuliahan, yaitu mata kuliah *Database System*, *Object Oriented Programming*, *Introduction to Internet Technology*, *Web Programming*, dan *Mobile Pervasive Computing* dalam ranah dunia kerja.
- Mengembangkan keterampilan dalam menciptakan website yang lebih kompleks, terutama dari sisi backend API di lingkungan perusahaan besar.
- Memperluas pengetahuan mengenai etika dan flow kerja dalam perusahaan, serta bertanggung jawab atas pekerjaan dan kedisiplinan diri.
- Menciptakan aplikasi internal perusahaan bernama Voucher Targeted dalam bentuk website untuk mempermudah proses rekap data voucher dan meringankan workload tim Business Controlling.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu kerja magang dimulai pada tanggal 8 Juli 2024 dengan posisi Intern IT Corporate sebagai back-end developer dan berakhir pada tanggal 7 Januari 2025. Dalam pelaksanaannya, kehadiran atau presensi di kantor atau WFO (Work From Office) sebanyak 5 kali dalam seminggu, di hari Senin hingga Jumat. Jam kerja magang yang diterapkan di PT Global Loyalty Indonesia yaitu pukul 08:00 - 17:00 atau 09:00 - 18:00, dengan jam istirahat pukul 12.00 - 13.00. WFO berlokasi di Alfa Tower Lt. 24 yang juga merupakan kantor pusat. Alamat kantor berada di Jl. Jalur Sutera Bar., Kec. Pinang, Kota Tangerang, Banten. Setiap 2 minggu sekali akan diadakan weekly meeting pada hari Senin pukul 10.00 untuk diskusi dan update project yang sudah atau akan dikerjakan.