BAB 1
PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara bisnis beroperasi. Peningkatan penggunaan internet dan teknologi *web* menjadi salah satu perubahan paling signifikan di berbagai sektor industri. Di Indonesia, jumlah pengguna internet diperkirakan mencapai lebih dari 221 juta orang pada tahun 2024 [1]. Kondisi ini menunjukkan betapa pentingnya platform digital dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk tujuan profesional maupun personal.

1.1 Latar Belakang Masalah

Penggunaan teknologi *web* secara luas mendorong perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengembangkan strategi pemasaran digital [2]. Industri teknologi informasi, khususnya penyedia solusi IT, memiliki prospek jangka panjang yang positif. PT Computrade Technology Internasional (CTI Group) terlibat dalam industri ini dengan menekankan pemanfaatan teknologi dan inovasi untuk meningkatkan strategi pemasaran digital. [3].

Website perusahaan kini menjadi salah satu aset penting dalam menjalin hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan *brand awareness* [4]. Semakin meluasnya penggunaan internet mendorong perusahaan untuk menyediakan akses informasi dan pelayanan melalui platform digital [5]. Dalam hal ini, situs web, media sosial, dan platform pemasaran digital lainnya memainkan peran penting dalam membangun kehadiran digital.

Namun, berbagai tantangan masih dihadapi, seperti memastikan performa *website* yang optimal. Kecepatan halaman (*page speed*), kesehatan situs, dan relevansi konten menjadi faktor utama yang memengaruhi pengalaman pengguna (*user experience*) [6]. Salah satu permasalahan yang umum terjadi adalah lambatnya waktu muat halaman, yang berdampak pada kepuasan pengguna serta efektivitas pemasaran digital [7].

Pembaruan konten secara berkala juga menjadi hal yang krusial untuk memastikan informasi tetap relevan dan *up-to-date*. Konten yang

tidak diperbarui dapat menurunkan kredibilitas dan memengaruhi persepsi pelanggan terhadap perusahaan [8].

Laporan magang ini membahas penerapan teknologi *web* di CTI Group sebagai bagian dari strategi pemasaran digital. Fokus utama diberikan pada pemanfaatan situs *web* untuk memperluas jangkauan, meningkatkan efektivitas promosi, serta membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Selain itu, dijelaskan pula langkah-langkah dalam mengatasi tantangan terkait performa situs, serta dampaknya terhadap strategi pemasaran digital perusahaan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan magang ini adalah untuk mengembangkan dan mengelola situs *web* perusahaan serta anak perusahaannya sebagai bagian dari strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh PT Computrade Technology International (CTI Group). Selain itu, magang ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas digital perusahaan melalui optimalisasi situs *web* yang terstruktur.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

PT Computrade Technology International (CTI Group) menyelenggarakan program kerja magang yang dimulai pada bulan Februari hingga Juni 2025. Kegiatan kerja berlangsung dari Senin hingga Jumat, dari pukul 08.30 hingga 17.30 WIB. Pada awal program, kegiatan diawali dengan orientasi yang mencakup pengenalan perusahaan, struktur organisasi, sistem kerja, dan tim yang terlibat.

Pelaksanaan magang difokuskan pada tugas-tugas yang bersifat dinamis dan menyesuaikan dengan permintaan yang masuk, baik dari tim internal *marketing tech* maupun dari anak perusahaan (*subsidiaries*) CTI Group. Permintaan tersebut umumnya mencakup pembangunan halaman situs, optimasi kecepatan *website*, pemantauan kesehatan *website*, serta pembaruan dan pengelolaan konten secara berkala.

Metode kerja magang mengikuti alur tugas harian berdasarkan kebutuhan dan prioritas dari perusahaan. Proses kerja ini memberikan kesempatan

untuk beradaptasi dengan berbagai proyek yang melibatkan kolaborasi lintas tim. Evaluasi berkala dilakukan oleh pembimbing (*leader*) dari tim guna memantau perkembangan serta memastikan setiap tugas dilaksanakan sesuai standar yang telah ditetapkan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA