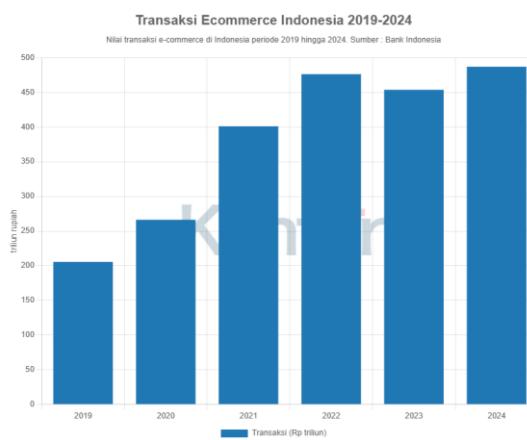


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Adanya transaksi secara daring memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran, karena tidak lagi mengandalkan metode yang bersifat konvensional, melainkan cukup menggunakan sistem bank yang praktis (Andhini & Khuzaini, 2017). Secara tidak langsung, masyarakat menerapkan kebiasaan melakukan transaksi secara daring sebagai respons terhadap perubahan situasi yang tidak terduga. Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadi salah satu alasan akses internet semakin luas. Selain itu, adanya pandemi COVID-19 membuka peluang kepada masyarakat untuk beradaptasi dengan kebiasaan dalam berbelanja dan pembayaran secara daring dengan tujuan untuk mengurangi interaksi langsung (Rakhmawati et al., 2021). Sebelumnya, kegiatan transaksi dilakukan dengan pembayaran tunai, namun kini masyarakat mulai terbiasa menggunakan metode transaksi daring yang dinilai lebih praktis dan efisien. Adanya kemudahan dalam melakukan transaksi daring ini mengubah gaya hidup masyarakat dalam menjalani kebutuhan sehari-harinya.



Gambar 1.1 Data Transaksi E-Commerce di Indonesia 2019 – 2024

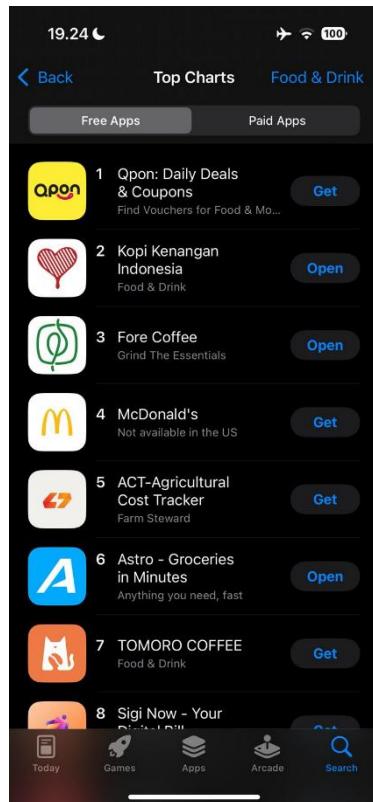
Sumber : Kontan.co.id (2025)

Dapat dilihat dari gambar tersebut terdapat bukti perkembangan transaksi *e-commerce* yang selalu meningkat dari tahun-tahun sebelumnya. terdapat lonjakan

terbesar yang terjadi pada tahun 2021 dengan peningkatan sekitar 50% dibandingkan dari tahun sebelumnya. Situasi ini disebabkan adanya COVID-19 yang membuat masyarakat merubah perilaku belanjanya (Kontan.co.id, 2025). Tetapi terjadi penurunan pada tahun 2023 dimana hal ini disebabkan oleh pemulihan ekonomi yang terjadi akibat pasca-pandemi COVID-19 serta adanya kebijakan impor yang berubah membuat masyarakat merubah perilaku belanjanya. Pada tahun 2024 tetap ada lonjakan transaksi yang meningkat dari tahun-tahun sebelumnya yang disebabkan perkembangan transaksi digital yang semakin pesat sehingga membuat pelanggan lebih mudah dalam bertransaksi dan memenuhi kebutuhan hidupnya.

Adanya perubahan tersebut mendorong masyarakat untuk menggunakan pencarian secara digital sekaligus melakukan segala jenis transaksi secara digital. Mulai dari melakukan jual-beli barang, membayar tagihan listrik, air, dan telepon, membeli tiket transportasi, memesan makanan, hingga membeli kupon digital. Adanya layanan tersebut memberikan kemudahan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sekaligus memberikan ruangan fleksibilitas dalam melakukan transaksi. Salah satu bentuk inovasinya adalah hadirnya layanan kupon digital yaitu aplikasi *QPON : Daily Deals & Coupons* yang dapat diakses pada *handphone* masing-masing. Hal ini memudahkan pengguna dalam mengakses penawaran spesial secara instan dan mudah. Sebelum adanya QPON, terdapat beberapa kompetitor yang bergerak di bidang yang sama seperti *Tiktok Shop*, *Grab Dine Out*, dan *Gojek Voucher*. Dengan demikian, kondisi tersebut mendorong QPON untuk mengembangkan strategi dan kapabilitasnya agar dapat bersaing dalam bidangnya.

QPON hadir sejak tahun 2019 dengan meluncurkan produk utamanya yaitu *Point of Sale (POS)*. Produk POS ini berupa printer kecil yang terhubung melalui *bluetooth*. Seiring adanya perkembangan pasar, QPON memutuskan untuk tidak melanjutkan produk POS tersebut. Hal ini disebabkan kebutuhan pasar yang terus berubah. Pada tahun 2023, QPON bertransformasi menjadi sistem digital menyesuaikan kebutuhan pasar dimana pelanggan lebih terbiasa menggunakan produk berbasis digital.

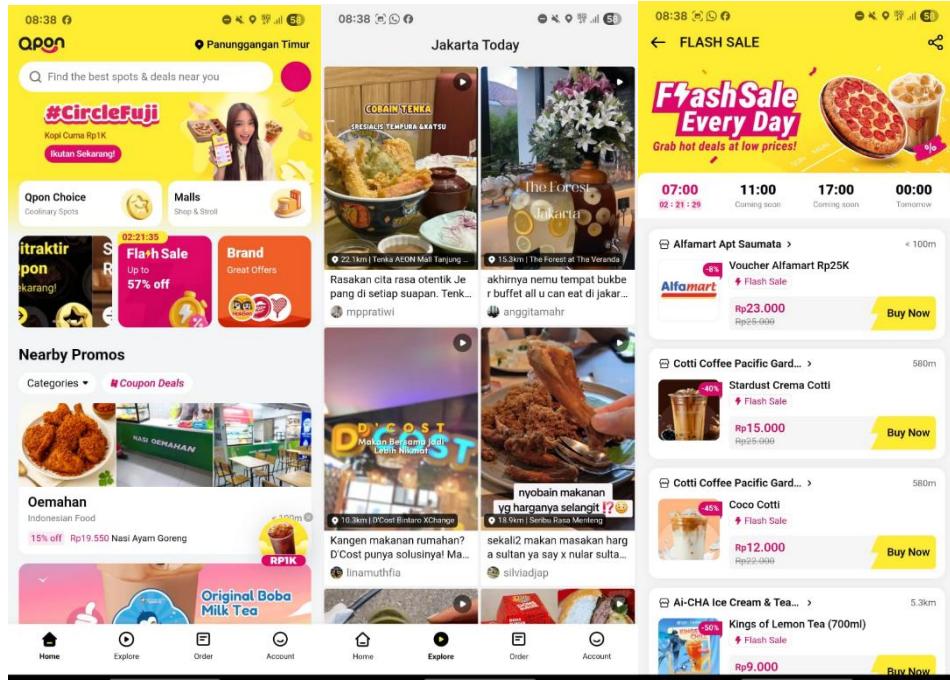


Gambar 1.2 Aplikasi QPON Memasuki App Top Charts

Sumber : Data Perusahaan (2024)

Gambar 1.2 menunjukkan aplikasi QPON memasuki *top charts* di App Store. QPON disebut sebagai salah satu platform yang menyediakan layanan diskon di Indonesia dimana memiliki fokus untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan melalui pemberian kupon diskon. terdapat beberapa jenis layanan yang ada pada aplikasi QPON yaitu *lifestyle*, makanan, minuman, hiburan, dan masih banyak jenis layanan lainnya (QPON Indonesia, 2025). Melalui pemberian kupon digital, pengguna dapat menerima penawaran menarik seperti potongan harga, paket bundling voucher serta akses gratis *event* tertentu. Kupon yang dipasarkan di aplikasi berupa kupon promosi brand-brand yang bekerja sama dengan QPON. Sistem ini membuat pengguna mendapatkan keuntungan lebih dengan cara pembelian yang praktis dan instan. Kehadiran kupon digital mendorong pertumbuhan industri makanan dan hiburan karena dapat menarik minat pelanggan

untuk mencoba produk dan layanan yang ditawarkan. Adanya kemudahan ini membuat gaya hidup pelanggan lebih modern secara cepat dan efisien.



Gambar 1.3 Tampilan Aplikasi QPON

Sumber : Data Perusahaan (2024)

Gambar 1.3 menampilkan tampilan utama aplikasi QPON sehingga pelanggan dapat melihat berbagai akses pilihan untuk membeli kupon sekaligus menjelajahi berbagai hiburan video. QPON menyediakan layanan kupon dengan harga yang lebih rendah dibandingkan harga di toko, sehingga mampu menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian. Beberapa brand yang telah bekerja sama dengan QPON antara lain Roti'O, Kopi Kenangan, Yoshinoya, Ai-Cha, Momoyo, Hokben, Cotti Coffee, serta masih banyak brand lainnya. Setiap brand memiliki mekanisme diskon yang berbeda-beda tergantung dengan perjanjian yang telah dibuat.

QPON sebagai salah satu penyedia layanan kupon digital masih menghadapi berbagai tantangan dalam proses pengembangannya. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah keberadaan kompetitor yang bergerak di bidang yang sama dan sudah lebih dikenal luas yang membuat posisi QPON menjadi tersaingi. Tiktok

merupakan salah satu kompetitor terkuat. Tiktok sendiri merupakan kompetitor terkuat karena popularitasnya sebagai platform hiburan global, selain itu juga karena Tiktok menyediakan layanan *e-commerce* yang berfokus pada penjualan produk dan kupon (Hariri, 2025). Tiktok sendiri memiliki kontrak kerjasama dengan Tokopedia. Selain itu, Tiktok terkadang menawarkan beberapa kupon yang harganya lebih murah dibandingkan di platform QPON.

Permasalahan yang dihadapi QPON adalah bagaimana meningkatkan jumlah pengguna aktif yang memanfaatkan kupon sekaligus memperluas jangkauan merchant yang bersedia bekerjasama. Saat ini, QPON telah bekerjasama dengan banyak brand dan mulai merambah wilayah di luar daerah Jakarta. Oleh karena itu, target selanjutnya adalah memperluas kolaborasi dengan merchant yang berpotensial agar dapat meningkatkan jumlah pengguna aplikasi QPON. Perusahaan sebelumnya telah memiliki penjelasan singkat mengenai profil perusahaan, namun belum memiliki *company profile* yang terstruktur dan informatif. Hingga saat ini, QPON belum memiliki bisnis *company profile* yang memadai untuk merepresentasikan perusahaan kepada calon merchant (QPON Indonesia, 2025). Maka dari itu, berdasarkan hasil diskusi penulis dan perusahaan, dibutuhkan adanya karya *company profile* untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

*Company profile* digunakan sebagai solusi yang tepat dimana mencakup informasi dan promosi yang dibutuhkan oleh perusahaan (Prihandini & Seba, 2022). *Company profile* adalah sarana media informasi yang digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan citra perusahaan untuk menambahkan kesempatan kerja sama dengan perusahaan ataupun instansi yang terkait (Prihandini & Nadia, 2021). *Company profile* dikemas sebagai profil perusahaan dimana berisi deskripsi perusahaan secara lengkap. Berdasarkan hasil diskusi dengan PT QPON Digital Indonesia, ditemukan permasalahan bahwa profil perusahaan yang ditujukan kepada calon merchant belum lengkap. Kondisi ini menimbulkan beberapa permasalahan, salah satunya adalah menurunnya minat calon merchant untuk menjalin kerja sama dengan PT QPON Digital Indonesia, serta masalah ini menghambat perkembangan bisnis perusahaan sendiri.

Karya yang dibuat oleh penulis yaitu *company profile* ini akan berisi informasi lengkap tentang PT QPON Digital Indonesia. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, perusahaan memiliki aplikasi yang bernama QPON sehingga karya akan menjelaskan lebih rinci terkait perusahaan serta produknya yang akan dibentuk dalam slide *power point*. Halaman awal berfokus pada penjelasan perusahaan mencakupi visi, misi, sejarah, serta tujuan perusahaan. Setelah itu, dilanjutkan dengan penjelasan produk serta fitur-fitur unggulan yang tersedia pada aplikasi. Selanjutnya, akan dilanjutkan dengan beberapa informasi terkait kerja sama yang bersifat *confidential*. Karya yang disusun oleh penulis akan berisi gambaran besar perusahaan, visi misi perusahaan, perkenalan produk perusahaan, detail penjelasan terjadi kerjasama, dan masih banyak informasi lain yang akan dimasukkan ke dalam penyusunan karya.

Maka dari itu, QPON membutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dengan tujuan untuk memperkuat posisi QPON sendiri di tengah persaingan layanan digital yang semakin marak. Fokusnya adalah untuk meningkatkan jumlah pengguna sekaligus meningkatkan kolaborasi dengan *merchant* yang berpotensial. Adanya *company profile* ini akan memenuhi kebutuhan perusahaan dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

## 1.2. Tujuan Karya

Tujuan utama penyusunan *company profile* ini adalah sebagai upaya mendukung kebutuhan perusahaan dalam memperluas kerjasama dengan *merchant* ataupun UMKM agar dapat memanfaatkan aplikasi QPON sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Sesuai dengan namanya, *business company profile* yang dirancang memiliki target utama yaitu calon *stakeholder* ataupun *merchant* yang berpotensial untuk menjalin kerja sama dengan perusahaan. QPON hadir sebagai ruang inklusif untuk merchant-merchant dari brand ternama hingga UMKM. Penyusunan *company profile* diharapkan dapat merepresentasikan identitas dan perkembangan perusahaan secara relevan. *Company profile* ini dirancang sebagai media pendukung dalam komunikasi pemasaran, khususnya untuk memperkuat proses kerjasama bisnis dengan para mitra potensial.

### **1.3. Kegunaan Karya**

Karya *company profile* ini dibuat untuk memenuhi kegunaan akademis, praktis, dan sosial. Penyusunan karya ini diharapkan dapat menjadi referensi sekaligus media komunikasi yang efektif bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan. Dengan demikian, karya ini tidak hanya digunakan sebagai dokumen informatif, melainkan sebagai sarana komunikasi dalam membangun citra perusahaan melalui penyusunan karya. Berikut merupakan kegunaan *company profile* secara lebih rinci:

#### **1.3.1. Kegunaan Akademis**

Karya ini bertujuan untuk digunakan sebagai alat komunikasi internal yang menjelaskan informasi penting tentang PT QPON Digital Indonesia. Mulai dari sejarah perusahaan hingga tujuan bisnis perusahaan. *Company profile* diharapkan bisa digunakan sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan calon *stakeholder* seperti calon *merchant* atau mitra. Sehingga adanya *company profile* yang efektif dan relevan yang berfungsi sebagai representasi identitas perusahaan seperti visi, misi, tujuan bisnis, perjalanan, pencapaian, dan arah perkembangan PT QPON Digital Indonesia. Selain itu, karya ini juga merupakan hasil implementasi dari pembelajaran selama masa perkuliahan sehingga besar harapan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa lainnya dalam perancangan tugas akhir.

#### **1.3.2. Kegunaan Praktis**

QPON merupakan perusahaan yang bergerak di platform digital yang menyediakan layanan kupon berasal dari Tiongkok dan saat ini sedang dikembangkan di Indonesia. *Company profile* ini berfungsi sebagai media informasi yang tidak hanya memberikan gambaran menyeluruh mengenai perusahaan, tetapi juga sebagai alat untuk membangun citra profesional, memperkuat kepercayaan, serta menjalin hubungan yang lebih baik dengan calon mitra, merchant, maupun pemangku kepentingan lainnya.

### **1.3.3. Kegunaan Sosial**

Kegunaan sosial dari hasil karya ini adalah merepresentasikan QPON sebagai salah satu potensi bagi para *stakeholder* sehingga dapat berfungsi sebagai jembatan komunikasi yang efektif. Dengan adanya *company profile*, mereka dapat mengetahui penjelasan yang lebih rinci tentang QPON dan perkembangan bisnisnya. *Business company profile* ini tidak hanya memberikan gambaran umum, tetapi juga menyajikan penjelasan yang lebih rinci mengenai QPON serta perkembangan bisnisnya.