

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Di era digital yang berkembang pesat, industri teknologi informasi dan komunikasi mengalami pertumbuhan yang signifikan, baik secara global maupun nasional. Pemanfaatan teknologi kini semakin meluas di berbagai sektor seperti bisnis, pendidikan, kesehatan, pemerintahan, dan keuangan, yang menunjukkan peran penting TIK dalam meningkatkan efektivitas serta efisiensi di era *Society 5.0* (Fauzi et al., 2023). Perkembangan ini sejalan dengan tren global yang menunjukkan peningkatan investasi terhadap solusi berbasis teknologi.

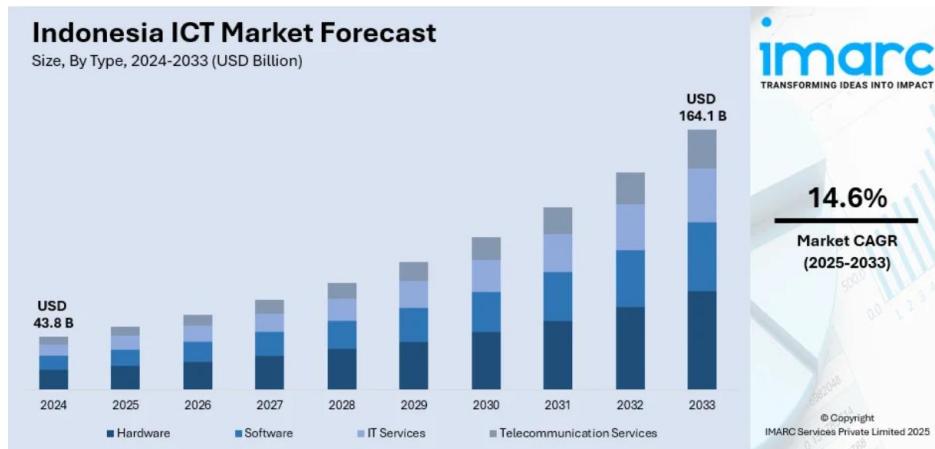
Berdasarkan laporan tahunan Deloitte, pengeluaran teknologi informasi (TI) dunia diproyeksikan meningkat sebesar 9,3% pada tahun 2025, dengan segmen pusat data dan perangkat lunak mengalami pertumbuhan dua digit. Selain itu, belanja global untuk teknologi kecerdasan buatan (AI) diperkirakan tumbuh dengan tingkat pertumbuhan tahunan majemuk (*compound annual growth rate*) sebesar 29% selama periode 2024-2028. Kondisi tersebut menegaskan bahwa teknologi terus menjadi pendorong utama pengembangan sektor ekonomi dan sosial, sekaligus memperlihatkan prospek positif bagi pertumbuhan industri TIK di masa mendatang.

Tak hanya secara global, di Indonesia juga perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menunjukkan kemajuan yang positif. Perkembangan TIK di Indonesia mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir (Bangsawan et al., 2020). Sejalan dengan hal tersebut, Badan Pusat Statistik (BPS, 2024) melaporkan bahwa Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) Indonesia tahun 2023 mencapai 5,90, meningkat dari 5,85 pada tahun sebelumnya (skala 0–10). Fakta ini menunjukkan bahwa Indonesia berada pada jalur positif dalam memperkuat ekosistem digitalnya, sekaligus

membuka peluang bagi perusahaan penyedia solusi teknologi untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing di era transformasi digital.

Dalam sepuluh tahun ke depan, tren teknologi informasi diproyeksikan mengalami percepatan signifikan, ditandai dengan semakin luasnya penerapan *Artificial Intelligence* (AI) dan *Machine Learning* (ML), peningkatan kebutuhan *cybersecurity*, serta pemanfaatan *Internet of Things* (IoT) di berbagai sektor (Muttaqin et al., 2021). Teknologi-teknologi ini berperan penting dalam mempercepat pengolahan data, meningkatkan keamanan sistem, serta mendorong efisiensi proses bisnis. Dinamika ini menandakan bahwa dunia tengah bergerak menuju era digital yang semakin cerdas dan terintegrasi, di mana pemanfaatan TIK menjadi faktor utama dalam mendukung daya saing organisasi di berbagai bidang.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi kini tidak hanya berdampak pada industri, tetapi juga telah memengaruhi gaya hidup dan perilaku konsumsi masyarakat. Menurut Muntaqo (2017), kemajuan teknologi telah memengaruhi aktivitas manusia dalam berbagai bentuk aplikasi, serta memberikan sumber informasi dan komunikasi yang semakin luas. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat modern semakin melek terhadap teknologi (*ICT literacy*), di mana teknologi telah menjadi bagian dari rutinitas, gaya hidup, serta cara berinteraksi dan bertransaksi. Tren konsumen *Information and Communication Technology* (ICT) saat ini didorong oleh inovasi seperti Kecerdasan Buatan (AI), *Internet of Things* (IoT), jaringan 5G, dan komputasi awan yang memperkuat keterhubungan serta kemudahan akses digital. Dalam praktiknya, hal ini tercermin melalui meningkatnya penggunaan *e-commerce*, *live shopping*, pembayaran digital, serta kebiasaan *multi-device* yang menandakan ketergantungan masyarakat terhadap teknologi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.



**Gambar 1. 1** Pasar ICT di Indonesia

Sumber: Laporan IMARC Group (2024)

Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.1, pertumbuhan pesat industri ICT di Indonesia tercermin dari peningkatan nilai pasar yang signifikan dalam satu dekade terakhir. Berdasarkan laporan IMARC Group (2024), nilai pasar ICT Indonesia pada tahun 2024 mencapai USD 43,8 miliar dan diproyeksikan tumbuh hingga USD 164,1 miliar pada tahun 2033, dengan tingkat pertumbuhan tahunan majemuk (CAGR) sebesar 14,6%. Oleh karena itu, permintaan terhadap produk dan layanan ICT di Indonesia terus meningkat pesat seiring dengan percepatan digitalisasi di berbagai sektor. Dukungan pemerintah melalui program *Digital Indonesia 2045 Roadmap*, perluasan penetrasi internet, serta tingginya minat generasi muda terhadap teknologi turut mendorong ketergantungan masyarakat dan pelaku industri pada solusi ICT untuk mendukung aktivitas sehari-hari maupun operasional bisnis.

Selain itu, menurut laporan IMARC Group (2024), peluang besar dalam pasar ICT Indonesia juga terlihat pada pengembangan *smart city* yang mendorong efisiensi layanan publik dan pengelolaan energi, pertumbuhan sektor *fintech* dengan sistem pembayaran digital dan teknologi *blockchain* yang semakin masif, serta peningkatan kebutuhan terhadap *cloud computing* dan layanan kesehatan digital seperti *telemedicine* dan teknologi berbasis AI untuk mendukung akses dan kualitas pelayanan kesehatan. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan konsumen terhadap

teknologi kini telah beralih dari sekadar pelengkap menjadi kebutuhan utama dalam berbagai aspek kehidupan.

Berdasarkan laporan IMARC Group (2024), pasar ICT di Indonesia terbagi ke dalam beberapa kategori utama, baik dari segi jenis maupun sektor industrinya. Dari sisi jenis, pasar ini mencakup perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), layanan teknologi informasi (*IT services*), serta layanan telekomunikasi (*telecommunication services*). Sementara itu, berdasarkan sektor industri, pemanfaatan ICT paling banyak ditemukan pada sektor keuangan (*BFSI*), pemerintahan, ritel dan *e-commerce*, manufaktur, energi dan utilitas, serta sektor IT dan telekomunikasi. Keragaman ini menunjukkan bahwa solusi ICT tidak lagi bersifat sektoral, melainkan menjadi kebutuhan lintas industri yang mendukung efisiensi dan transformasi digital di berbagai bidang. Dengan kondisi tersebut, perusahaan seperti CTI memiliki peluang strategis untuk berperan dalam menyediakan solusi teknologi yang adaptif dan relevan dengan kebutuhan setiap sektor.

Melihat luasnya potensi pasar dan penerapan ICT di berbagai sektor industri, berbagai perusahaan di Indonesia turut berperan dalam mendukung ekosistem ICT. Salah satu pelaku utama dalam ekosistem ini adalah PT Computrade Technology International (CTI Group), perusahaan B2B yang berperan dalam memperkuat transformasi digital di Indonesia. PT Computrade Technology International menyediakan berbagai layanan, mulai dari distribusi infrastruktur TI, solusi *cloud computing*, keamanan siber, hingga pelatihan dan pengembangan teknologi (PT Computrade Technology International, 2025). Melalui layanan tersebut, PT Computrade Technology International berupaya mendukung kebutuhan digitalisasi lintas sektor serta membantu meningkatkan efisiensi dan daya saing di era ekonomi berbasis teknologi.

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan perlu menerapkan pola kerja yang modern, transparan, dan terukur. Karena itu, banyak perusahaan berusaha memperkenalkan diri kepada publik dengan berbagai cara. Salah satu cara yang paling umum dilakukan adalah memberikan informasi

yang akurat dan mudah dipahami melalui *company profile* (Jubile Enterprise, 2015). Penyampaian informasi yang jelas dan tepat tidak hanya memperkuat citra profesional perusahaan, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya dari pelanggan terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan (Wahyuni, 2023). Dalam konteks ini, *company profile* menjadi media yang efektif untuk mengomunikasikan identitas perusahaan secara menyeluruh.

*Company profile* merupakan deskripsi singkat yang berisi informasi penting mengenai perusahaan dan disampaikan secara terbuka kepada publik sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai (Gunawan & Masnuna, 2023). Selain itu, *company profile* juga merupakan wajah resmi suatu perusahaan dan menjadi alat komunikasi strategis yang berperan penting dalam memperkenalkan diri kepada calon pelanggan, mitra bisnis, maupun investor (Akbar & Maulana, 2022).

*Company profile* tidak hanya berfungsi sebagai dokumen formal perusahaan, tetapi juga menjadi elemen vital dalam strategi komunikasi perusahaan karena berperan dalam membentuk persepsi positif serta memperkuat hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan (Yellonita et al., 2023). Umumnya, *company profile* dibuat untuk kebutuhan *business to business* (*B2B*) sebagai media yang memperkenalkan perusahaan dan membangun citra positif agar berdampak pada peningkatan kepercayaan dan penjualan (Rahastine, 2022). Lebih lanjut, *company profile* juga memiliki nilai strategis dalam proses pengambilan keputusan bisnis, terutama bagi calon investor dan mitra potensial. Informasi yang termuat di dalam *company profile* biasanya menjadi acuan penting bagi pemangku kepentingan dalam menilai kinerja dan potensi perusahaan secara lebih objektif (Wahyuni, 2023).

Pada dasarnya, *company profile* merupakan dokumen yang menampilkan gambaran menyeluruh mengenai suatu perusahaan, mencakup sejarah pendirian, visi, misi, tujuan, hingga berbagai pencapaian yang telah diraih. Dokumen ini berperan sebagai wajah resmi perusahaan yang digunakan untuk memperkenalkan identitas dan kredibilitasnya kepada calon pelanggan, mitra bisnis, maupun investor (Jamalullail et al., 2022). Lebih dari sekadar sarana informasi, *company profile* juga

menjadi alat komunikasi strategis yang membantu perusahaan membangun citra positif, memperkuat kepercayaan publik, serta menunjukkan nilai dan keunggulan kompetitif yang dimilikinya (Hesniati & Ellen, 2024). Selain itu, *company profile* sering kali dilengkapi dengan portofolio produk, penghargaan, serta berbagai data pendukung lain yang mempertegas reputasi dan profesionalisme perusahaan di mata pemangku kepentingan.

Sebagai perusahaan yang terus berkembang di bidang teknologi, tentunya PT Computrade Technology International menempatkan *company profile* sebagai elemen penting dalam strategi komunikasi korporat. Dokumen ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga menjadi media representatif yang mencerminkan kredibilitas, inovasi, dan kapabilitas perusahaan di hadapan klien dan mitra bisnisnya. Oleh karena itu, pembaruan *company profile* menjadi kebutuhan strategis bagi PT Computrade Technology International agar citra perusahaan tetap relevan dan akurat di tengah perkembangan pesat industri teknologi.

Seiring dengan perkembangan bisnis yang dinamis setiap tahunnya, PT Computrade Technology International mengalami pertumbuhan yang konsisten, salah satunya melalui bertambahnya jumlah mitra dan klien yang bekerja sama dari tahun ke tahun. Dalam mendukung proses perluasan jaringan kerja sama tersebut, *company profile* digunakan sebagai salah satu media komunikasi perusahaan untuk memperkenalkan kapabilitas, layanan, serta nilai yang ditawarkan kepada calon mitra dan klien.

Hingga saat ini, PT Computrade Technology International tercatat memiliki 5.614 mitra bisnis aktif, yang mencerminkan luasnya jaringan kerja sama serta tingkat kepercayaan terhadap perusahaan. Sejalan dengan dinamika pertumbuhan tersebut, berdasarkan hasil diskusi dengan pihak internal perusahaan, diketahui bahwa PT Computrade Technology International secara rutin melakukan pembaruan *company profile* dua kali dalam setahun, yaitu pada pertengahan dan akhir tahun. Pembaruan ini dilakukan untuk memastikan informasi yang

disampaikan melalui *company profile* tetap akurat, relevan, dan sesuai dengan perkembangan terkini perusahaan.

Setelah proses diskusi yang dilakukan, pihak internal perusahaan meminta adanya beberapa penambahan dan penyempurnaan informasi pada *company profile*. Langkah ini dilakukan agar *company profile* PT Computrade Technology International bisa menggambarkan kondisi terkini perusahaan dengan lebih lengkap dan relevan. Penambahan dan penyempurnaan informasi yang diminta, mencakup penambahan daftar mitra bisnis, pencantuman penghargaan terbaru, pembaruan portofolio proyek strategis, penyisipan inovasi teknologi terkini, serta informasi mengenai perkembangan anak perusahaan. Selain itu, pihak internal juga mengusulkan penataan ulang urutan konten *company profile* agar alurnya lebih runtut dan membentuk *journey* yang menarik serta mudah dipahami oleh calon klien saat presentasi. Melalui pembaruan ini, *company profile* diharapkan dapat menjadi media yang mampu mendorong calon klien dan mitra bisnis untuk menjalin kerja sama dan berkolaborasi lebih jauh dengan perusahaan.



Gambar 1. 2 *Company Profile* PT Computrade Technology International 2025

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Saat ini, *company profile* PT Computrade Technology International terdiri dari 15 halaman dalam format PDF. Namun, masih terdapat beberapa informasi penting yang belum tercantum di dalamnya. Salah satunya adalah profil pendiri atau CEO, yang seharusnya dapat memperkuat citra serta kredibilitas perusahaan. Selain

itu, informasi mengenai anak perusahaan juga masih perlu dijelaskan lebih detail, terutama terkait bidang usaha dan peran strategis masing-masing dalam ekosistem PT Computrade Technology International.

Oleh karena itu, PT Computrade Technology International meminta agar versi terbaru *company profile* disusun dengan format yang lebih komprehensif namun tetap profesional. Sesuai hasil diskusi, *company profile* ini akan tetap disajikan dalam format PDF agar mudah digunakan saat presentasi kepada calon klien maupun mitra bisnis, sekaligus efisien untuk kebutuhan distribusi digital. Melalui pembaruan ini, PT Computrade Technology International berupaya menghadirkan *company profile* yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik secara visual, komunikatif, serta mampu merepresentasikan citra profesional perusahaan secara lebih kuat.

Dengan penyajian informasi yang lebih terstruktur, terkini, dan representatif, *company profile* terbaru PT Computrade Technology International diharapkan dapat mendukung kegiatan bisnis perusahaan secara lebih efektif. *Company profile* ini juga diharapkan mampu menarik minat calon klien untuk menggunakan produk dan layanan, sekaligus menarik perhatian mitra baru yang berpotensi menjalin kerja sama bisnis dengan PT Computrade Technology International.

## 1.2. Tujuan Karya

Tujuan utama pembuatan *company profile* ini adalah sebagai media informasi mengenai identitas, visi, misi, layanan, dan pencapaian PT Computrade Technology International secara jelas dan profesional. Lebih dari sekadar pembaruan informasi rutin, *company profile* ini dirancang agar mampu memperkuat strategi pemasaran, membangun citra positif, dan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan. Dengan format yang diperbarui, dokumen ini diharapkan tidak hanya menjadi media informatif, tetapi juga alat persuasi yang efektif untuk menarik mitra potensial, memperluas jaringan bisnis, serta mendorong peluang penjualan di tengah persaingan industri teknologi yang semakin kompetitif.

### **1.3. Kegunaan Karya**

Pembuatan *company profile* PT Computrade Technology International ini memiliki beragam nilai manfaat yang dapat dilihat dari tiga aspek utama, yaitu akademis, praktis, dan sosial.

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

Dari sisi akademis, *company profile* ini dapat menjadi bahan rujukan dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya pada topik komunikasi korporat dan media informasi perusahaan. Penyusunan konten yang memuat sejarah, visi, misi, struktur organisasi, portofolio layanan, hingga pencapaian strategis menjadikan dokumen ini contoh nyata bagaimana sebuah perusahaan memanfaatkan media komunikasi tertulis dan visual untuk membangun identitas dan citra. Selain itu, keberadaan pembaruan konten secara berkala memberikan gambaran tentang penerapan prinsip komunikasi yang adaptif terhadap dinamika bisnis.

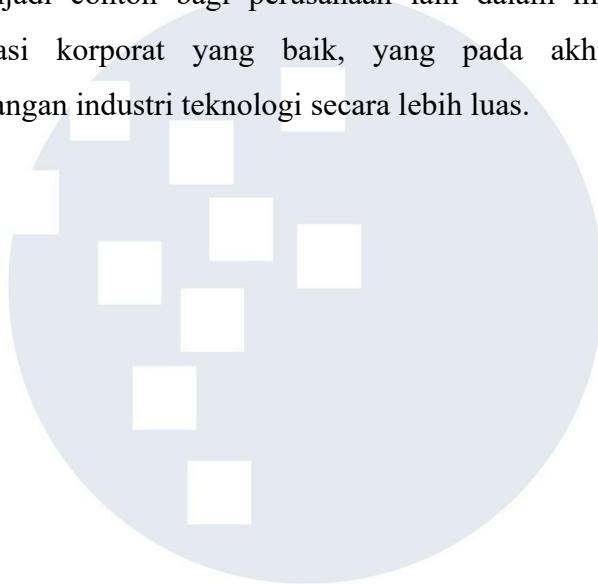
#### **1.3.2. Kegunaan Praktis**

Secara praktis, karya ini berperan sebagai sarana utama PT Computrade Technology International untuk menyampaikan informasi perusahaan secara ringkas, terstruktur, dan komprehensif kepada pihak eksternal maupun internal. Bagi mitra bisnis maupun calon pelanggan, *company profile* ini tidak hanya berfungsi sebagai referensi resmi untuk memahami kapasitas, layanan, dan pencapaian perusahaan, tetapi juga menjadi media yang mampu menarik minat, membangun kepercayaan, serta mendorong terjalinnya kerja sama strategis maupun peluang penjualan. Dengan format yang diperbarui secara rutin dua kali dalam setahun, *company profile* ini memastikan seluruh informasi yang disajikan selalu akurat dan relevan, sehingga dapat memperkuat citra profesional sekaligus meningkatkan potensi ekspansi bisnis PT Computrade Technology International.

#### **1.3.3. Kegunaan Sosial**

Dari sisi sosial, *company profile* ini memiliki manfaat tidak langsung karena membantu memperkuat posisi PT Computrade Technology

International sebagai bagian dari ekosistem bisnis dan teknologi di Indonesia. Melalui dokumen ini, perusahaan dapat menjalin komunikasi yang lebih transparan dan profesional dengan mitra, pelanggan, maupun calon klien, sehingga tercipta hubungan kerja sama yang lebih sehat dan berkelanjutan. Selain itu, keberadaan *company profile* yang terstruktur juga bisa menjadi contoh bagi perusahaan lain dalam membangun standar komunikasi korporat yang baik, yang pada akhirnya mendukung perkembangan industri teknologi secara lebih luas.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA