

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu yang bertujuan untuk memudahkan segala pekerjaan manusia. Pada pencarian informasi atau data, memudahkan komunikasi antar individu, menciptakan sebuah inovasi sistem agar efektif dan efisien, hingga mampu merubah bentuk fisik menjadi *digital* dan masih banyak hal lainnya. Salah satu kemajuan teknologi yang dapat dirasakan yaitu internet. Adanya teknologi internet memudahkan interaksi dan *marketplace* membuka jaringan bisnis dunia tanpa batas. Internet digunakan sebagai infrastruktur dan jaringan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasional sebuah perusahaan (KA Akbar, 2023).

Internet adalah sebuah jaringan koneksi besar yang berfungsi untuk menyambungkan berbagai macam alat elektronik yang digunakan secara global. Berdasarkan laporan terbaru We Are Social, pada 2020 ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Apabila dibandingkan dengan tahun JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, Vol. 4, No. 2, Desember 2020: 160 - 170 sebelumnya, maka ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini. Dalam laporan tersebut juga diketahui bahwa saat ini masyarakat Indonesia yang memiliki ponsel sebanyak 338,2 juta (Shendy Swastika Sari, et al, 2020). Adanya *internet* mempunyai pengaruh yang besar untuk para pelaku usaha/bisnis dalam peningkatan penjualan barang atau jasa apabila dimanfaatkan dengan baik. Penggunaan *internet* dalam bidang bisnis, transaksi jual beli dilakukan secara *online*. *Marketplace* adalah salah satu platform digital penjualan online yang dapat memberikan akses logistik dan pemrosesan pembayaran. *Marketplace* dapat memberikan data sebagai informasi mengenai perilaku pembeli/konsumen yang dapat membantu pengguna untuk meningkatkan produk serta layanannya.

Business analytics memiliki peranan penting dalam mendorong inovasi yang disruptif. Di era Big Data seperti saat ini, perusahaan/organisasi yang mampu mengolah data dengan baik akan mampu memenangkan persaingan. Peran *data analyst* dibutuhkan untuk proses pengumpulan data, mengolah data dengan visualisasi data yang intuitif, membuat *strategy business plan*, membuat laporan bisnis perusahaan hingga mengeksekusi sebuah proyek yang berdampak nyata pada performa kegiatan bisnis perusahaan.

PT Digital Kreatif Interkoneksi adalah PT Digital Kreatif Interkoneksi merupakan perusahaan perseorangan berbasis teknologi yang melayani berbagai jasa dalam bidang IT dan mempunyai beberapa bisnis yang sedang berjalan. PT Digital Kreatif Interkoneksi memerlukan *data analyst* sebagai pengambilan keputusan untuk strategi pemasaran dan analisis pelanggan. Seiring waktu semakin berkembangnya perusahaan semakin banyak dan beragam data yang dimiliki. Salah satu data terpenting yang dimiliki perusahaan adalah data penjualan, penjualan menjadi sebuah hal yang sangat penting bagi perusahaan, sebab nilai keuntungan / kerugian yang diperoleh dari aktivitas penjualan menjadi sumber yang membentuk nilai keseluruhan perusahaan. salah satu cara memperoleh keuntungan adalah memperlebar *market*.

Proses penjualan Konipay di *marketplace* shopee perlu perhatian khusus untuk melakukan pengolahan data. Proses pembuatan laporan yang sesuai dengan keinginan manajemen perusahaan seringkali membutuhkan waktu yang cukup lama, hal ini dikarenakan proses pembuatan laporan harus melalui banyak tahapan baru kemudian bisa menghasilkan sebuah informasi, seperti melakukan *export data* dari sistem aplikasi yang sudah ada ke dalam excel, melakukan filterisasi data, melakukan pengelompokan data, melakukan analisis terhadap data, memilah informasi yang diperlukan, pengelompokan informasi berdasarkan kebutuhan, serta membuat visualisasi dari informasi yang telah didapatkan. Selain itu pemanfaatan teknologi informasi pada bagian ini masih belum maksimal seperti belum adanya *dashboard* membuat

pihak yang terlibat sulit membuat analisis data keterhubungan antara data satu dan lainnya, selain itu pada kapabilitas masing masing memiliki keterbatasan kemampuan *staff* untuk mengolah raw data menjadi informasi kurang maksimal dikarenakan tools yang ada menyediakan informasi secara terpisah dan tidak bisa memberikan insight untuk mengambil keputusan pada saat itu. Digital dashboard yang baik dapat meningkatkan efektifitas eksekutif perusahaan sebagai sistem pendukung pengambilan suatu keputusan (Setiawansyah, 2020).

Maka dari itu, diperlukan analisa dan perancangan teknologi informasi dengan melakukan analisa dari kebutuhan perusahaan lalu dituangkan ke dalam aplikasi pengolahan data terhadap laporan penjualan yang bisa memberikan wawasan dan informasi tambahan kepada manajemen untuk membuat keputusan terkait laporan penjualan secara *real time*. Hal ini dilakukan untuk mengurangi atau menghilangkan potensi risiko pengambilan keputusan terhadap strategi bisnis perusahaan. Menurut Rahmayudha (2017), Dashboard merupakan sebuah model aplikasi sistem informasi yang disediakan bagi para manajer untuk menyajikan informasi kualitas kinerja, dari sebuah perusahaan atau lembaga organisasi. Tampilan dashboard sangat sederhana karena bagian strategik tidak bertanggung jawab terhadap interaksi secara langsung terhadap data.

Merancang dashboard visualisasi data haruslah yang efektif, baik data yang disajikan maupun pilihan tampilannya seperti perbandingan, distribusi, hubungan, komposisi, KPI (*Key Performance Indicators*) dan lokasi. Visualisasi data memudahkan untuk membandingkan satu atau beberapa data daripada dalam bentuk tabel dan angka. Kemampuan menyajikan informasi sangat penting dalam penyusunan visualisasi data agar informasi data yang disajikan dapat diterima dan dipahami oleh pengguna. Visualisasi dengan mentransformasi data menjadi suatu tampilan visual yang menyajikan informasi akurat.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana peran seorang data analyst dalam mengelola dan menganalisis data penjualan ?
2. Bagaimana cara menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, terutama di lingkungan bisnis digital seperti marketplace Shopee dan media sosial Instagram Konipay ?

1.3. Tujuan Praktek Kerja Lapangan

Adapun tujuan dari kegiatan praktek kerja lapangan di PT Digital Kreatif Interkoneksi adalah sebagai berikut:

- Tujuan Umum

Tujuan umum dari Praktek Kerja Lapangan ini ialah dapat mengimplementasikan ilmu yang didapat selama perkuliahan sehingga turut berpartisipasi dalam melakukan analisis penjualan untuk meningkatkan penjualan produk di PT Digital Kreatif Interkoneksi.

- Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari Praktek Kerja Lapangan ini ialah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mahasiswa terhadap dunia kerja dan mampu bekerjasama dalam tim di dunia kerja untuk menyelesaikan tugas yang diberikan PT Digital Kreatif Interkoneksi

1.4. Manfaat/Kegunaan

Adapun manfaat dari kegiatan praktek kerja lapangan di PT Digital Kreatif Interkoneksi adalah sebagai berikut:

1. Manfaat untuk UPN “Veteran” Jawa Timur
 - a. Menjalin kerjasama yang baik kepada perusahaan untuk pengenalan mahasiswa terhadap dunia kerja
 - b. Dapat meningkatkan kualitas mahasiswa melalui kegiatan magang
 - c. Sebagai pengenalan instansi UPN “Veteran” Jawa Timur kepada badan usaha atau instansi perusahaan

2. Manfaat untuk Mitra Penyelenggara MBKM
 - a. Membantu melaksanakan tugas perusahaan pada saat magang
 - b. Sebagai sarana untuk menjembatani hubungan kerja sama dengan UPN “Veteran” Jawa Timur
 - c. Sebagai tempat untuk membantu mahasiswa magang dalam pengembangan *skill* di dunia kerja
3. Manfaat untuk Mahasiswa
 - a. Dapat meningkatkan *hardskill* dan *softskill* dalam dunia kerja dengan bidang ilmu yang telah didapatkan di perkuliahan
 - b. Menjalin kerjasama yang baik dan menambah relasi pada lingkungan kerja selama kegiatan magang.
 - c. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta keterampilan mahasiswa di dunia kerja.