

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini berkembang dengan pesatnya, hal ini diiringi dengan penggunaan internet yang terus meningkat dengan cepat. Internet merupakan suatu kebutuhan yang tidak bisa dilepaskan saat ini, berdasarkan survei dari databoks katadata pengguna internet di Indonesia sampai pada bulan Maret 2021 sudah mencapai 212,35 juta pengguna yang menempatkan Indonesia pada peringkat 3 pengguna terbanyak di Asia [1]. Sedangkan pada tahun 2020 terjadi fenomena secara global yang disebabkan oleh menyebarnya virus COVID-19 salah satu dampak dari wabah ini yaitu pada industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Hal ini berdampak pada penurunan minat wisatawan mancanegara untuk dapat berpariwisata hingga 4,052 juta orang yang merupakan 25% nya dari total jumlah wisatawan pada tahun 2019 [2].

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada industri pariwisata dan ekonomi kreatif maka diperlukan adanya perubahan baik pada adaptasi serta inovasi yang menyesuaikan dengan kebiasaan masyarakat pada saat ini akibat dari adanya pandemi COVID-19. Perubahan tersebut dapat diterapkan dengan cara *contactless service* sehingga melalui cara ini dapat mematuhi protokol kesehatan dan meningkatkan kembali minat para wisatawan untuk berkunjung kembali. *Contactless service* ini akan memanfaatkan peran internet untuk memfasilitasi pengunjung agar dapat dengan mudah berwisata hanya dengan memesan tiket melalui *platform online* [2].

Maka dari itu PT. Infomedia Infomedia melalui Mimin Social Commerce bekerja sama dengan Perum Perhutani Bandung membuat suatu solusi berdasarkan permasalahan diatas yaitu sistem informasi pemesanan tiket dan booking penginapan melalui social media dan kemudian untuk memudahkan transaksi pelanggan dibuatkan link website payment yang bertujuan memudahkan

wisatawan untuk dapat memesan tiket atau booking penginapan secara *contactless*. Sistem informasi pemesanan tiket dan booking ini juga saling terhubung dengan BOT sosial media seperti Whatsapp, Instagram, dan Facebook sehingga sangat memudahkan wisatawan untuk mengakses pembelian tiket dengan bantuan interaksi langsung melalui admin-admin yang terintegrasi dengan aplikasi Miminshop melalui mobile.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah Praktik Kerja Lapangan/Kerja Praktik pembuatan laporan ini antara lain adalah:

1. Bagaimana pengalaman di dunia kerja yang nyata di PT. Infomedia Nusantara melalui divisi Innovation & Partnertship Strategy (Mimin Social Commerce)?
2. Bagaimana proses rancang bangun sistem informasi order booking dan tiket wisata berbasis website menggunakan framework *Codeigniter*?

C. Tujuan

Adapun tujuan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan/Kerja Praktik pembuatan laporan ini adalah:

1. Mendapatkan pengalaman kerja di PT. Infomedia Nusantara sebagai *Web Developer* seperti manajemen waktu, membangun website, dan membangun sikap *teamwork*.
2. Mengimplementasi hasil dari rancang bangun sistem informasi order booking dan tiket wisata berbasis website menggunakan framework *Codeigniter*.

D. Ruang Lingkup

Pelaksanaan PKL/KP dilaksanakan selama 4 bulan 3 hari terhitung dari tanggal 9 Juli 2021 s/d 11 November 2021 di PT. Infomedia Nusantara tepatnya pada divisi Innovation & Partnertship Strategy (Mimin Social Commerce) dengan posisi sebagai *Web Developer* di *Mimin Social Commerce*. Adapun *project* yang

dikerjakan selama masa Praktik Kerja Lapangan adalah melakukan pembuatan dan *maintenance* sistem informasi order booking dan tiket wisata di *Mimin Social Commerce*, seperti melakukan integrasi API OY untuk payment gateway, membuat dashboard *booking management*, dan *slicing* desain dari figma ke html untuk website order tiket.

E. Aspek Umum dan Kelembagaan

1. Profile Singkat tentang PT. Infomedia Nusantara



Gambar 1. 1 Logo PT Infomedia Nusantara

PT Infomedia Nusantara merupakan bagian dari Telkom Indonesia yang fokus pada Layanan Business Process Outsourcing. Kinerja kami diperkuat oleh dukungan Telkom Group dalam membangun sistem serta infrastruktur digital dan tenaga ahli yang telah terbukti selama lebih dari 2 dekade perjalanan bisnis kami.

PT Infomedia Nusantara adalah salah satu anak perusahaan Telkom Group yang mengkhususkan diri di bidang media penerbitan dan iklan sebagai jembatan komunikasi antar pelaku bisnis dan juga saluran informasi bagi pelanggan telepon Telkom. Perusahaan yang mulai berdiri sejak 1975 ini sahamnya dimiliki Telkom sendiri sebanyak 51% sedangkan sisanya dimiliki oleh anak perusahaan Telkom yaitu Multimedia Nusantara. Perusahaan ini juga memiliki portofolio bisnis perusahaan yang berfokus pada CRM (*Customer Relationship Management*) dan SSO (*Shared Service Operation*).

a. Sejarah Perusahaan

- Tahun 1984

Memulai bisnisnya sebagai bagian dari PT Elnusa Yellowpages dengan memproduksi buku direktori “Yellowpages”.

- Tahun 1995
Bertransformasi menjadi PT Infomedia Nusantara saat Telkom Indonesia bergabung.
- Tahun 2002
Inisiasi layanan Call Center Infomedia dengan penyediaan *Voice-based call (Inbound & Outbound Call)*, *Application Interactive Voice Response (IVR) technology*, dan Pengelolaan operasional Call Center.
- Tahun 2010
Transformasi portofolio Perusahaan menjadi Contact Center Operation Services dengan memberikan solusi implementasi layanan berbasis *multi-channel (call, walk in, multimedia, and social media)*, *End to End Customer Engagement*, *Back Office Processing*, dan *Technical Support*.
- Tahun 2014
Melakukan ekspansi bisnis secara vertikal dengan fokus pada penyediaan solusi industri CRM (*Customer Relationship Management*), ITO (*Information Technology Outsourcing*), BPO (*Business Process Outsourcing*), dan KPO (*Knowledge Process Outsourcing*).
- Tahun 2020
Dengan berkembangnya teknologi dan kebutuhan industri terhadap layanan pelanggan serta pengelolaan *Back Office* secara digital, Infomedia mempertajam portofolio bisnis perusahaan sebagai CRM (*Customer Relationship Management*) dan SSO (*Shared Service Operation*) [3].

2. Profile Singkat tentang Mimin Social Commerce



Gambar 1. 2 Logo Mimin Social Commerce

Mimin Social Commerce merupakan suatu bisnis yang dikelola oleh PT. Infomedia Nusantara yang berfokus pada CRM (*Customer Relationship Managment*) atau bisa dikatakan memanfaatkan sosial media untuk dapat menjual suatu produk di bidang pariwisata seperti tiket dan booking penginapan. Mimin mengintegrasikan sosial media seperti Whatsapp, Instagram, dan Facebook menjadi satu platform dengan fitur utamanya yaitu Pengelola Interaksi, Pengelola Transaksi, Inventory Tiket, Barcode, dan Scanner Tiket. Integrasi sosial media tersebut dibantu oleh BOT dan Admin untuk mengakomodir pelanggan dalam proses transaksi.

Proses bisnis yang terjadi di Mimin Shop yaitu sebagai berikut:

- a. Pelanggan mulai bertanya pada sosial media whatsapp Mimin Shop.
- b. Pelanggan akan mendapatkan balasan secara langsung oleh BOT dengan dipantau juga oleh Admin.
- c. Pelanggan akan mendapatkan link order sekaligus pembayaran.
- d. Pelanggan akan diarahkan ke website pembayaran untuk mulai memilih produk yang akan diorder.
- e. Pelanggan dapat langsung membayar pada website pembayaran dengan memilih metode pembayaran yang tersedia yaitu Virtual Account atau E-Wallet.
- f. Setelah terjadi pembayaran pelanggan akan mendapatkan file pdf yang berisi barcode tiket yang dibeli melalui email yang terdaftar sesuai dengan form pada link pembayaran yang sudah diisi [4].

3. Profile Singkat tentang Perum Perhutani



Gambar 1. 3 Logo Perusahaan Umum Perhutani

Perhutani adalah Badan Usaha Milik Negara (Perum) yang tugas dan wewenang atas pengelolaan sumber daya hutan negara bagian Jawa dan Madura. Peran strategis Perhutani adalah mendukung sistem kelestarian lingkungan, sistem sosial budaya, dan ekonomi kehutanan. Dalam menjalankan perusahaan, Perhutani menghormati semua aturan wajib dan sukarela untuk mencapai visi dan misi perusahaan. Perhutani optimis akan keberhasilan pengelolaan hutan dan sumber daya lingkungan di masa depan berdasarkan kondisi hutan yang ada, kekuatan visi yang dicapai, dan penerapan standar pengelolaan hutan internasional yang konsisten sebagai pendukung pengelolaan berkelanjutan [5].

F. Metode Penulisan Laporan

Dalam penyusunan laporan ini, penulis memperoleh data melalui metode:

1. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan langsung kepada pembimbing Praktik Kerja Lapangan (PKL/KP) dan perwakilan karyawan dari PT. Infomedia Nusantara untuk dapat menentukan kebutuhan sistem pada sistem informasi order booking dan tiket wisata.

2. Metode Diskusi

Metode ini dilakukan dengan melakukan diskusi dengan partner tim yang terdiri dari *product owner*, *designer*, dan *programmer* untuk

menganalisis masalah serta penentuan solusi dari sistem informasi order booking dan tiket wisata.

3. Studi Literatur

Metode ini dilakukan untuk mencari solusi dari masalah jika tidak bisa didapat dari wawancara dan diskusi dengan cara membaca artikel pada forum di internet tentang teknologi yang akan digunakan untuk mengembangkan sistem informasi order booking dan tiket wisata.

G. Sistematika Penulisan Laporan

Laporan ini disusun dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Pendahuluan

Berisi tentang gambaran umum tempat praktik kerja lapangan, latar belakang serta tujuan dari dibuatnya sistem informasi order booking dan tiket wisata di Perum Perhutani Bandung. Selain itu juga dipaparkan tentang metode yang penulis gunakan.

2. Landasan Teori

Berisi mengenai teori-teori yang berkaitan dengan sistem informasi order booking dan tiket wisata di Perum Perhutani Bandung yang dijadikan penulis sebagai acuan dalam membangun sistem.

3. Analisa dan Pembahasan

Berisi paparan tentang kegiatan apa yang dibuat oleh penulis dalam membangun sistem informasi order booking dan tiket wisata di Perum Perhutani Bandung.

4. Penutup

Berisi mengenai kesimpulan hasil yang diperoleh dari kegiatan PKL dan saran yang ditujukan kepada tempat PKL penulis.