

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesenjangan di berbagai bidang adalah salah satu permasalahan yang sampai saat ini masih terjadi di Indonesia. Kesenjangan tersebut terjadi antara wilayah desa dan kota terutama dalam bidang pembangunan, ekonomi serta bidang teknologi informasi dan telekomunikasi. Kesenjangan di bidang teknologi informasi dan telekomunikasi atau kesenjangan digital yang merupakan salah satu bidang yang paling mencolok diantara bidang lainnya. Berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) pada tahun 2020 menyatakan bahwa persentase rumah tangga yang mengakses internet dalam 3 bulan terakhir menurut provinsi dan klasifikasi daerah pada wilayah pedesaan berada pada rentang 18-75% sedangkan di wilayah perkotaan sudah mencapai angka 93%. Terlebih lagi Indonesia merupakan negara yang memiliki daerah 3T (Terdepan, Terpencil, Tertinggal) yang merupakan daerah paling terluar di Indonesia. Selain 3T juga terdapat beberapa daerah yang tergolong dalam Daerah Tertinggal Perbatasan dan Kepulauan (DTPK). Dalam jangka panjang, kesenjangan dapat memberikan dampak negatif pada kehidupan sosial masyarakat sehingga menjadi masalah serius yang akan sulit diselesaikan nantinya.

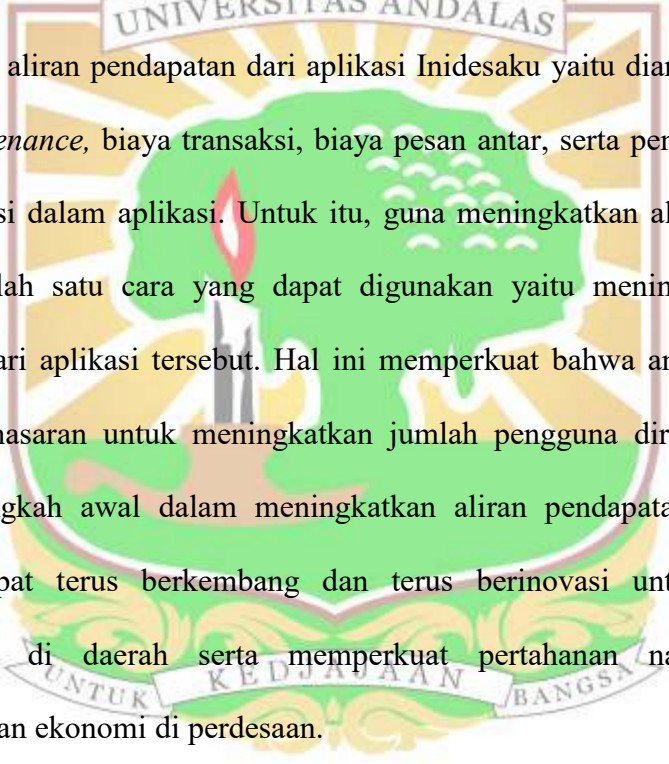
Menurut Darwis (2016) sebaran demografi, kapasitas ekonomi yang tidak seimbang, kesenjangan ketersediaan infrastruktur yang memadai, dan kesenjangan di bidang teknologi informasi komunikasi merupakan faktor-faktor

yang menyebabkan kesenjangan antara daerah desa dan kota. Oleh karena itu, dalam upaya mengurangi kesenjangan antara wilayah desa dan kota, digitalisasi desa merupakan salah satu program yang dapat digunakan.

Menurut Sukmana (2005) dikutip dalam (Raza, dkk : 2020) Digitalisasi merupakan proses mengalihkan media menjadi bentuk digital dari yang sebelumnya berbentuk cetak, audio, ataupun bentuk video. Dalam proses pendigitalisasian desa terdapat konsep-konsep yang harus diterapkan, diantaranya menerapkan sistem pelayanan pemerintah, pelayanan masyarakat, dan pemberdayaan masyarakat serta potensi daerah berbasis pemanfaatan teknologi informasi yang berbasis digitalisasi.

Pada tahun 2020 ekonomi digital Indonesia telah berkontribusi sebanyak 4% terhadap PDB nasional dan diprediksikan pertumbuhan ekonomi digital akan tumbuh sebesar delapan kali lipat dari Rp 632 triliun menjadi Rp 4.531 triliun. Oleh karena itu, proses pendigitalisasian desa merupakan salah satu upaya mengurangi kesenjangan antara desa dan kota yang tidak dapat ditunda lagi. Proses pendigitalisasian harus diterapkan dalam setiap elemen termasuk dalam pengelolaan daerah. Selain untuk mengurangi kesenjangan antara desa dan kota, digitalisasi desa juga dapat meningkatkan perekonomian daerah serta menghadirkan sumber pendapatan baru bagi desa. Dengan itu aplikasi Inidesaku hadir menjadi fasilitator untuk mengurangi kesenjangan antara desa dan kota, serta mendukung proses pendigitalisasian desa untuk menciptakan desa unggul untuk berkembang menjadi desa digital.

Aplikasi Inidesaku adalah aplikasi yang membantu ketahanan nasional dengan basis teknologi terbaru melalui pemberdayaan masyarakat desa di bidang ekonomi, sosial dan budaya. Aplikasi Inidesaku juga mencakup pemberdayaan UMKM, industri rumah tangga, BUMDes, kelompok tani, kelompok pasar, dan penunjang ekonomi lainnya. Aplikasi Inidesaku merupakan salah satu aplikasi yang baru dan masih dalam proses pengembangan. Oleh karena itu, diperlukan penganalisisan mengenai strategi pemasaran yang akan digunakan nantinya.



Untuk aliran pendapatan dari aplikasi Inidesaku yaitu diantaranya melalui biaya *maintenance*, biaya transaksi, biaya pesan antar, serta pendapatan lainnya dari transaksi dalam aplikasi. Untuk itu, guna meningkatkan aliran pendapatan tentunya salah satu cara yang dapat digunakan yaitu meningkatkan jumlah pengguna dari aplikasi tersebut. Hal ini memperkuat bahwa analisis mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengguna dirasa perlu untuk menjadi langkah awal dalam meningkatkan aliran pendapatan agar aplikasi tersebut dapat terus berkembang dan terus berinovasi untuk mengurangi kesenjangan di daerah serta memperkuat pertahanan nasional melalui pemberdayaan ekonomi di perdesaan.

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara yang digunakan baik perusahaan yang memproduksi barang atau jasa untuk memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan (Wibowo,dkk : 2015). Sedangkan strategi pemasaran menurut Mark Plus (2000) merupakan suatu cara yang digunakan sebagai alat yang untuk mencapai tujuan pemasaran dengan merebut *mindshare* dari pelanggan.

Pada tahun 2019, CoSchedule sebuah perusahaan penyedia software pemasaran melakukan studi yang menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki strategi pemasaran yang tertata memiliki kesempatan lebih besar untuk mencapai keberhasilan. Kemungkinan keberhasilan mencapai 313% dengan survey terhadap 3.599 pemasar yang berasal lebih dari 100 negara. Hal ini sejalan dengan Barone (2020) yang mengatakan bahwa kemampuan dalam pengkomunikasian keunggulan kompetitif, proporsi nilai produk, memahami kebutuhan konsumen dan mengetahui bagaimana produk bekerja merupakan bagian dari strategi pemasaran yang baik.

Dari banyaknya pengertian dari strategi pemasaran Mardia, dkk (2021) menyimpulkan bahwa terdapat beberapa kata kunci mengenai strategi pemasaran, yaitu :

1. Strategi pemasaran merupakan hal-hal yang harus diupayakan seorang pemasar terdapat dalam sebuah *blueprint*.
2. Gambaran terhadap solusi yang akan diberikan perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan harus terdapat dalam strategi pemasaran.
3. Segala hal yang mencakup rencana bisnis untuk pemasaran sebuah produk merupakan strategi pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemasaran pada produk aplikasi Inidesaku di PT. Citiasia International untuk meningkatkan jumlah pengguna?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tugas akhir ini memiliki tujuan umum sebagai berikut :

1. Dapat memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Andalas.
2. Dapat mengimplementasikan ilmu-ilmu dan praktek yang didapat selama di bangku kuliah ke dunia kerja.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tugas akhir ini memiliki tujuan khusus sebagai berikut :

Mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada produk aplikasi Inidesaku di PT. Citiasia International untuk meningkatkan jumlah pengguna.

1.4 Manfaat Penelitian

Tugas akhir ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Sebagai suatu penerapan teori dan praktek kerja yang didapat selama berada di bangku perkuliahan.
2. Mendapat solusi dari permasalahan yang dikaji.
3. Menjadi inovasi untuk permasalahan yang dikaji.
4. Menjadi landasan jika terdapat permasalahan yang sama di kemudian hari.

1.5 Metode Penelitian

Metode pengumpulan data dalam penyusunan tugas akhir ini antara lain :

1. Metode Literatur, yaitu berdasarkan teori dan yang mendasari topik permasalahan yang akan digunakan sebagai acuan.
2. Metode Observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap produk yang akan di distribusikan sehingga mendapatkan data-data yang dibutuhkan
3. Metode Wawancara, yaitu melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat dalam permasalahan ini seperti, tim *programmer*, tim analis, pembimbing kegiatan magang, serta dosen dan pembimbing yang ada di kampus.

1.6 Tempat dan Waktu Magang

Tempat Magang : PT. Citiasia International
Citiasia Inc. Graha Mustika Ratu Lantai 5
#503. Jl. Jend. Gatot Soebroto Kav. 74-75,
Jakarta Selatan 12870.

Waktu Magang : 23 Agustus 2021 – 23 Februari 2022

1.7 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini memiliki sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini akan memuat uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, metode penelitian, tempat dan waktu magang, serta sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai konsep dan teori yang akan digunakan pada penulisan tugas akhir. Bagian ini juga akan menjelaskan jika ada hipotesis mengenai hubungan antar variabel atau dugaan terkait fenomena penelitian.

Bab III Gambaran Umum Institusi

Bagian ini akan menjelaskan mengenai gambaran tempat magang / tempat melakukan penelitian.

Bab IV Pembahasan

Bagian ini akan menjelaskan mengenai hasil temuan yang dihasilkan dari proses penelitian menggunakan metode yang dijelaskan pada Bab I Pendahuluan.

Bab V Penutup

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian

