

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Seperti yang dikatakan oleh Indrajit (2001), Perkembangan teknologi dan sistem informasi saat ini semakin pesat, dan dapat dilihat dari penggunaan komputer yang jauh lebih efisien (dari segi waktu dan biaya) dibandingkan dengan mempekerjakan berpuluh-puluh SDM untuk hal serupa. Dan salah satu contoh kegiatan yang terpengaruh oleh berkembangnya teknologi dan sistem informasi adalah perancangan kegiatan praktik kerja, sehingga untuk mengikuti cepatnya arus perkembangan sistem informasi ini, penelitian ini mengoptimalkan pemanfaatan teknologi dan sistem informasi dengan membuat prototipe marketing kit.

Marketing Kit adalah media promosi yang menyediakan beragam informasi tentang produk dan jasa yang dapat membantu meningkatkan penjualan produk dan jasa. Marketing Kit sangat bermanfaat bagi pebisnis karena mereka tidak perlu membuang waktu dan tenaga untuk menjelaskan hal-hal yang akan diperjualbelikan, karena calon pembeli bisa menerima informasi produk lebih detail melalui media digital (Mardiana & Adiani, 2018). Sebuah penelitian menunjukkan bahwa marketing kit memiliki fungsi sebagai pemberi informasi yang penting mengenai sebuah penjualan, seperti spesifikasi teknis, harga, jenis produk dan lain sebagainya (Mardiana, 2013), dan pada saat ini, PT Dayamitra Telekomunikasi masih melakukan penjualan secara manual dengan cara mempertemukan pembeli kepada tim *sales* tanpa media penengah, yang mengakibatkan proses penjualan lama dan tidak efisien karena bisa memakan waktu 3-4 hari untuk dikelola, masalah lainnya adalah PT Dayamitra Telekomunikasi belum memiliki data pelanggan dan profil perusahaan yang lengkap. Oleh karena itu, untuk meningkatkan proses bisnis perusahaan, penelitian ini berencana untuk membuat prototipe untuk *marketing kit* pada perusahaan PT Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel) dengan berdasarkan *DiSC*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ika Puspitasari Putri dan Sapto Irawan (2019), tipe kepribadian sangatlah penting, karena secara langsung mempengaruhi interaksi sosial pribadi tersebut, dan interaksi sosial penting untuk

mengenal lingkungan di sekitarnya, baik dalam lingkungan keluarga, tempat tinggal, dan khususnya dalam tempat kerja. Penelitian menunjukkan bahwa tes kepribadian memiliki tingkat kesuksesan maksimum sebesar 22% untuk memprediksi orang yang memiliki performa yang diinginkan oleh organisasi (Martin, 2014). Tipe kepribadian yang diidentifikasi melalui instrumen DiSC (Dominance, Influence, Steadiness, Conscientiousness) merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan seorang salesman dalam menjual produk atau jasa. Menurut teori DiSC yang dikembangkan oleh psikolog William Moulton Marston pada tahun 1928, setiap individu memiliki kepribadian yang unik dan cenderung memiliki kelebihan dan kekurangan tertentu dalam menyelesaikan tugas dan mengelola interaksi sosial.

Sebagai contoh, seseorang dengan kepribadian Dominance memiliki kemampuan yang luar biasa dalam memecahkan masalah dan menyelesaikan tugas dengan cepat dan tepat, memiliki reaksi yang cepat dan tekun dalam mengejar semua kemungkinan solusi permasalahan, sangat perfeksionis dan mengutamakan hasil yang terukur dengan standar yang tinggi baik pada dirinya maupun orang-orang di sekitarnya. Orang dengan tipe kepribadian ini mempunyai kemampuan memimpin yang baik dan mencanangkan standar yang tinggi pada dirinya sendiri, berorientasi pada tugas dan bersifat individualistis yang mengutamakan kesempurnaan, sering kali ingin memiliki otoritas yang jelas dan suka menerima tugas-tugas baru. Meskipun demikian, keinginannya untuk menentukan pilihan yang terbaik kadang memperlambat pengambilan keputusan. Keseluruhan, seseorang dengan kepribadian Dominance memiliki kemampuan analitis dan logis yang tinggi dalam memecahkan masalah dan mencapai tujuan dengan standard yang tinggi.

Setiap individu memiliki respons otak yang unik yang disebut Potensial Terpaku Visual (*Visual Evoked Potential*, VEP), yang dapat digunakan untuk mengkonfirmasi jenis kepribadian. Penting untuk memperhatikan kesamaan VEP antara individu dengan jenis kepribadian yang sama, karena sebanyak 93,75% VEP dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kepribadian. Oleh karena itu, jenis kepribadian dapat digunakan sebagai persona pengguna untuk mengklasifikasikan

pengguna pada tahap kebutuhan pengguna (Perdana, Santosa, Setiawan, & Wimbarti, 2021).

Sehingga, pentingnya merancang prototipe berdasarkan DiSC adalah karena tipe kepribadian memiliki pengaruh langsung terhadap interaksi sosial individu dan dapat mempengaruhi kemampuan seorang *salesman* dalam menjual produk atau jasa. Dalam konteks penelitian ini, mengembangkan UI yang sesuai dengan tipe kepribadian Dominance akan membantu menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik dan meningkatkan efektivitas pemasaran produk khususnya pemasaran *tower*.

Penjualan pada PT Dayamitra Telekomunikasi masih dilakukan secara manual tanpa media penengah, yang mengakibatkan proses penjualan yang lama dan tidak efisien. Dengan mengembangkan prototipe marketing kit yang didasarkan pada tipe kepribadian Dominance, perusahaan dapat memberikan pengalaman yang lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan calon pembeli yang memiliki tipe kepribadian Dominance. Hal ini akan membantu meningkatkan efisiensi proses penjualan, mengurangi waktu yang diperlukan untuk mengelola penjualan, dan memberikan informasi produk yang lebih relevan dan menarik bagi calon pembeli.

Berdasarkan surat keputusan nomor: S.Ket608/HC0/DKA-13000/XII/2022, PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk. atau Mitratel menyetujui kebutuhan pembuatan rancangan antarmuka pengguna (UI/UX) pada Website Marketing Kit sebagai situs web yang akan digunakan oleh Unit Pemasaran dan Penjualan.

Oleh karena itu, dengan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi dan sistem informasi melalui pengembangan prototipe berdasarkan tipe kepribadian Dominance, PT Dayamitra Telekomunikasi dapat meningkatkan proses bisnisnya, meningkatkan performa karyawan, dan secara keseluruhan meningkatkan penjualan produk dan jasa yang ditawarkan.

I.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang mendasari penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana cara merancang sebuah prototipe UI/UX Marketing Kit untuk menunjang proses bisnis penyewaan *tower* dan menyesuaikannya dengan tipe kepribadian Dominance dan juga menyesuaikan dengan *Business Requirement Details* dari perusahaan?
- b. Bagaimana cara merancang sebuah website *front-end* dengan menggunakan framework ReactJS untuk menunjang proses bisnis penyewaan *tower*?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Merancang sebuah prototipe UI/UX *Marketing Kit* untuk menunjang proses bisnis penyewaan tower dan menyesuaikannya dengan tipe kepribadian Dominance serta menyesuaikan dengan *Business Requirement Details* dari perusahaan.
- b. Merancang sebuah website *front-end* dengan menggunakan *framework* ReactJS untuk menunjang proses bisnis penyewaan tower.

I.4 Batasan Penelitian

Adapun batasan dari penelitian yang dilakukan:

- a. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah divisi *sales & marketing* PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk.
- b. Membuat prototipe UI/UX pada satu tipe kepribadian yaitu tipe 'D' atau *Dominance*.
- c. Prototipe yang dirancang hanya sebatas pada sisi pengguna atau *user*.
- d. Perancangan prototipe website ini menggunakan metode *design thinking*.
- e. *Testing* akan dilakukan kepada pegawai PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk.
- f. Prototipe yang dibuat mencakup *front-end* dari sistem berbasis website, serta *back-end (CRUD)* hanya pada menu *uploader*.
- g. Penelitian ini menggunakan ReactJS untuk *framework front-end*.
- h. Contoh produk dari prototipe Marketing Kit terbatas pada 1 buah Macro Cell (Product Catalogue), 1 buah Tower Leasing (Business Calculator), dan

2 buah contoh tenant Telkomsel dan XL Axiata (Customer & Company Profile).

- i. *Usability testing* pada penelitian ini terbatas hanya sampai tahap penyesuaian UI/UX desain dari pengguna, tidak sampai membuktikan pemilihan preferensi desain sesuai tipe kepribadian *Dominance*.
- j. Penelitian ini tidak akan membahas bagaimana cara menginstal dan konfigurasi *framework* ReactJS pada server.
- k. Penelitian ini juga tidak akan membahas cara merancang website menggunakan *framework* lain selain ReactJS.
- l. Penelitian ini tidak melakukan analisis terhadap proses bisnis *existing* maupun *targeting*.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini:

1. Bagi Mitratel, penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam meningkatkan efisiensi proses bisnisnya, karena dengan adanya prototipe ini, akan menaikkan jumlah penjualan khususnya untuk divisi *sales & marketing*.
2. Bagi peneliti lain yang bergerak dalam sistem informasi pendidikan tinggi, penelitian ini bermanfaat dalam menjelaskan bagaimana tipe kepribadian khususnya DiSC dapat memengaruhi pembuatan rancangan prototipe website *marketing kit*.