

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

PT Mandiri Abadi Teknologi atau yang dikenal dengan Edulogy adalah perusahaan teknologi yang berfokus bergerak dibidang pendidikan. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2016 (*startup*), yang berawal dari ide seorang bernama Nomi Norman ia adalah pekerja wiraswasta yang mempunyai anak berusia enam tahun, setiap harinya beliau dan istrinya mempunyai kegiatan yang lumayan padat sehingga beliau kurang memperhatikan apa saja kegiatan anaknya disekolah atau tugas-tugas apa saja yang diberikan sekolah untuk anaknya.

Terbesit dalam pikirannya beliau berkeinginan ingin mengganti buku penghubung menjadi digital agar orang tua lebih mudah mengetahui dan mengakses apa saja kebutuhan dan aktivitas anaknya disekolah. Setelah mempunyai konsep dan ide yang beliau punya akhirnya, Nomi Norman bertemu dengan seorang ahli dibidang IT (Teknologi Informasi) lalu kemudian mereka bekerja sama untuk membuat aplikasi yang bernama Edulogy. Edulogy pertama kali hadir pada bulan oktober 2016 dengan fitur pertama kali yang Edulogy tampilkan adalah absensi, pengumuman, ekstrakurikuler dan profil siswa, konsep awal Edulogy adalah sebagai jembatan antara sekolah dengan orang tua.

Pada tahun 2017 Edulogy masih belum mendapatkan badan hukum yang tetap, hingga akhirnya pada bulan mei 2018 Nomi Norman bertemu dengan CEO PT Mandiri Abadi Teknologi yaitu Meizer Abdu. Setelah melakukan perbincangan yang panjang dan keduanya sudah bersepakat maka kedua belah pihak bersepakat untuk menggunakan PT Mandiri Abadi Teknologi ini sebagai badan hukum Edulogy dengan mengubah akte pendirian

sehingga PT Mandiri Abadi Teknologi ini menjadi perusahaan *startup* dan membawahi Edulogy pada bulan juli 2018.

Pada 4 september 2018 pertama kali Edulogy diupload ke *google playstore* dan sudah dapat di download oleh seluruh masyarakat Indonesia, Saat ini Edulogy sudah mempunyai tampilan baru yang memiliki 8 fitur diantaranya: profil, jadwal pelajaran, nilai ulangan, ekstrakurikuler, agenda sekolah, absensi, pengumuman dan nilai rapot, delapan fitur ini yang Edulogy tawarkan untuk sekolah-sekolah yang ada di Indonesia, dan untuk saat ini Edulogy berfokus meningkatkan penjualannya dikota Bandung, keunggulan dari aplikasi Edulogy sendiri di dengan aplikasi lainnya adalah Edulogy sudah dilengkapi dengan kartu RFID (*Radio Irequency Identification*) dan mesin absensi menggunakan kamera. Saat ini edulogy telah di unduh sebanyak 1000 kali di *goggle play store* pada sistem android dan saat ini Edulogy sedang melakukan ekplansi ke seluruh sekolah yang ada di Indonesia.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi dari PT. Mandiri Abadi Teknologi yaitu sebagai berikut:

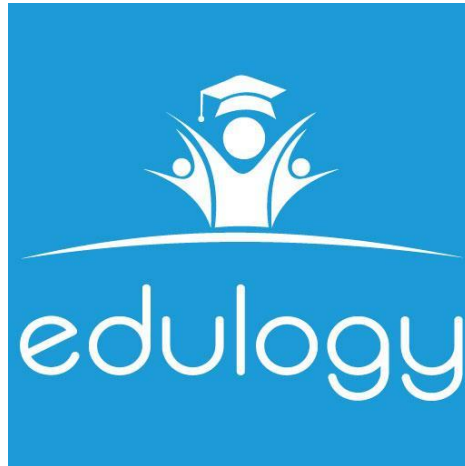
a. Visi

Meningkatkan kepedulian orang tua (ayah & ibu / wali) dalam pendidikan anak di sekolah maupun di rumah.

b. Misi

Optmalisasi teknologi digital modern untuk meningkatkan mutu dan kualitas pendidikan dalam mencerdaskan anak bangsa.

1.1.3 Logo dan Makna Logo Perusahaan



GAMBAR 1. 1 Logo Edulogy

Sumber : www.edulogy.co.id,2019

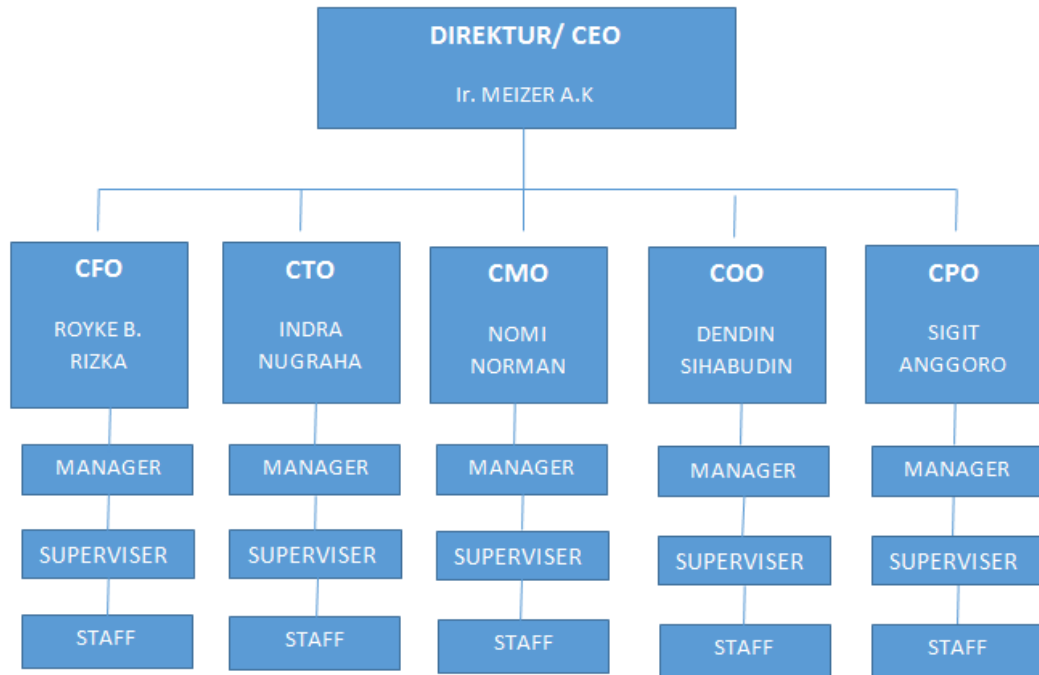
Filosofi logo :

Edulogy adalah jendela menuju pendidikan berkarakter, cerdas, kreatif, dan inovatif. Dengan teknologi aplikasi seluler terbaik di Indonesia yang menjembatani orang tua, siswa dan sekolah. Edulogy ialah singkatan dari edukasi dan teknologi.

- a. Manusia Yang Menggunakan Toga hal ini mencerminkan manusia merupakan apa yang mereka pikirkan dan cita-citakan, baik itu pria maupun wanita.
- b. Warna Biru Warna biru identik dengan tidak terbatas, sebuah perlindungan, berbagi, kecerdasan, stabil, rasa percaya diri, kesemestaan, kedamaian, keteguhan, serta kebijakan.
- c. Edulogy adalah aplikasi yang membantu memenuhi kebutuhan manusia untuk proses pendidikan.

1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut ini adalah struktur organisasi PT Mandiri Abadi Teknologi yang beralamat di Jalan Soekarno Hatta, Bandung, Jawa Barat.



GAMBAR 1. 2 Struktur Organisasi Edulogy

Sumber : CMO Edulogy,2019

Keterangan:

CFO = Chief Financial Officer

CTO = Direktur Teknologi

CMO = Direktur Pemasaran

COO = Direktur Operasi

CPO = Chief Performance Officer

1.1.5 Strategi Perusahaan

Edulogy memiliki strategi guna memasarkan produknya dan mendorong supaya pendidikan di Indonesia lebih maju menggunakan teknologi.

1. Personal selling

Komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membujuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya, Edulogy yakin bahwa dengan menggunakan strategi seperti ini dapat memberikan nilai lebih terhadap produk.

2. Media Sosial

Selain *personal selling*, strategi yang digunakan perusahaan agar produknya cepat terjual dan diketahui oleh masyarakat yaitu melalui media sosial, saat ini hampir seluruh penduduk Indonesia mempunyai akun di media sosial dengan itu akan sangat mudah bagi Edulogy untuk menyebarluaskan mengenai fitur-fitur yang mereka jual. Edulogy sendiri mempunyai beberapa akun seperti Instagram, youtube channel, dan website yang untuk memudahkan masyarakat dalam menemukan informasi.

1.1.6 Produk dan Layanan

Edulogy memiliki 9 fitur atau layanan berikut produk dan layanan dari Edulogy. (*sumber : www.edulogy.co.id*)

1. Edu Student

Fitur media komunikasi dan interaksi antara sekolah, guru dan orang tua siswa.

2. Edu Care

Beasiswa untuk siswa dan guru berprestasi dan membutuhkan serta perbaikan infrastruktur sekolah.

3. Edu Mart

Siswa dan orang tua dapat melakukan pembelian kebutuhan peralatan belajar secara online.

4. Edu Lms

fitur system manajemen pembelajaran yang dapat mengakomodir kebutuhan belajar.

5. Edu PPDB

Sebuah fitur pendaftaran online antara sekolah untuk penerimaan peserta didik baru.

6. Edu Community

Fitur komunitas bagi para siswa yang telah lulus sekolah/alumni dapat berkomunikasi.

7. Edu Pay

Pembayaran SPP, tabungan siswa dan kebutuhan lainnya semakin mudah dengan cara transaksi online.

8. Edu Shuttle

Fitur sarana informasi fasilitas transportasi antar jemput sekolah.

9. Edu Share

Fitur informasi berbagi pengalaman seputar minat dan bakat siswa berprestasi.

1.2 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin canggih di masa kini memiliki banyak peran bagi kehidupan manusia. Hampir disetiap aspek kehidupan teknologi sangatlah berperan penting untuk keberlangsungan aktivitas manusia. Dari tahun ke tahun, perkembangan dunia teknologi maju dengan sangat pesat. Teknologi diciptakan untuk memudahkan berbagai hal, mulai dari mengakses informasi mengenai apa saja yang terjadi didalam dan diluar negeri, memantau yang jaraknya jauh menjadi dekat, dan yang rumit menjadi mudah sekalipun. Sehingga teknologi mampu memberikan kemudahan kepada penggunanya, selain itu teknologi juga dapat membantu mempercepat dan mempermudah dalam menyelesaikan tugas-tugas yang berat dalam waktu yang singkat sekalipun.

Teknologi kini semakin pesat berkembang. Dengan teknologi, informasi akan cepat tersampaikan kepada penggunanya melalui hitungan detik

sekalipun. Tidak menutup kemungkinan kini setiap detiknya teknologi baru muncul dengan kelebihan dan keunggulan yang berbeda-beda atau mungkin saling melengkapi antara kekurangan satu dengan yang lainnya. Dalam dunia pendidikan teknologi mempunyai dampak yang sangat positif, karna dengan hadirnya teknologi dapat membantu proses pembelajaran menjadi lebih cepat dan mudah. Tidak hanya itu teknologi juga mampu memberikan pengalaman dan pengetahuan terutama bagi para siswa/siwa sehingga mampu membentuk karakter yang cerdas dan banyak pengetahuan. Oleh karena itu edulogy hadir dan diciptakan untuk mempermudah manusia dalam mengakses informasi seputar dunia pendidikan, aplikasi ini diciptakan untuk menjadi buku penghubung digital dari sekolah kepada orang tua.

Edulogy adalah suatu aplikasi yang berfokus dibidang pendidikan yang mana edulogy menjadi portal informasi digital antara lembaga pendidikan dengan orang tua secara *online*. Edulogy hadir menjawab semua kebutuhan yang diinginkan oleh dunia pendidikan, karna dalam aplikasi ini terdapat delapan menu yang membantu memudahkan para penggunanya dalam mengakses informasi seputar dunia pendidikan dalam kehidupan sehari-hari. Delapan menu itu diantaranya adalah, profil siswa, absensi, rapor digital, jadwal pelajaran, pengumuman, ulangan harian, dan ekstrakurikuler. Dengan delapan menu yang Edulogy punya akan membantu dengan cepat dalam menyebarkan informasi kepada murid-murid atau orang tua. Aplikasi ini memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam mengakses informasi-informasi mengenai anaknya disekolah maupun mengenai dunia pendidikan sekaligus. Melalui aplikasi ini siswa/siswi dan orang tua bisa mengetahui dengan cepat mengenai nilai ulangan harian, absensi, pekerjaan rumah yang diberikan oleh guru, pengumuman-pengumuman, dan lain-lain. Selain itu pengguna juga bisa mengetahui informasi-informasi tentang sekolah lain yang sama-sama menggunakan aplikasi Edulogy, semisal informasi beasiswa ataupun acara-acara yang diselenggarakan oleh sekolah tersebut. Seperti yang kita ketahui, sebuah produk atau jasa tidak akan maju dan berkembang jika

strategi pemasaran yang dilakukannya tidaklah tepat, Untuk memenuhi keinginan konsumen dan dapat bersaing dengan perusahaan lain, maka perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk memasarkan produknya kepada konsumen. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Mandiri Abadi Teknologi yaitu penjalan personal (*personal selling*)

Personal Selling merupakan suatu kegiatan komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membenuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga kemudian mereka akan mencoba membelinya, Edulogy yakin bahwa dengan menggunakan strategi seperti ini dapat memberikan nilai lebih terhadap produk, dimana tujuannya untuk mengadakan penyesuaian tentang suatu hak yang terjadi dipasar sehingga perusahaan dapat mengetahui permintaan pasar terhadap perusahaan serta sekaligus dapat melihat bagaimana reaksi konsumen, dengan demikian perusahaan dapat lebih sering mengadakan penyesuaian. *Personal selling* adalah elemen termahal dalam bauran komunikasi. Karena dalam setiap hubungan dengan prospek atau konsumen memerlukan biaya yang sangat besar. Meskipun demikian *personal selling* merupakan wahana komunikasi yang efektif dalam proses pembelian. Karena itu, fungsi wiraniaga harus ditetapkan dengan tepat agar prospek yang dilakukan tidak sia-sia.

Untuk meningkatkan penjualan, Edulogy berusaha mencari cara untuk dapat mencapai target melalui kegiatan *personal selling* yang secara ekonomis dapat menguntungkan perusahaan. Apabila dalam melakukan kegiatan *personal selling* ini kurang tepat, maka akan berakibat kurangnya pendapatan atau dapat merugikan perusahaan. Disinilah pentingnya dalam menentukan kegiatan *personal selling* yang efektif dimana dapat menekan biaya serendah-rendahnya, serta mampu menggunakan beberapa alternatif lainnya dalam rangka menggerakkan produk serta manfaatnya yang dimana antara lain untuk meningkatkan penjualan serta laba perusahaan. *Personal selling* yang dilakukan dengan baik dapat membawa pengaruh pada promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Sebab sarannya hanya satu orang, sehingga

umpan balik berupa reaksi, baik kesediaan atau penolakan dari konsumen pada penawaran yang wiraniaga tawarkan, dapat diketahui seketika. Untuk mengimbangi mahalanya biaya *personal selling*, perusahaan harus memanfaatkan staf wiraniaga dengan efektif. Dengan cara perusahaan menerapkan metode untuk mengurangi waktu kerja bagi wiraniaga tersebut dalam bidang administrasi, perjalanan, dan pekerjaan kantor, lalu memaksimalkan waktu untuk mengunjungi konsumen dengan menerapkan kecakapan menjual. Selain itu terdapat kekuatan dan kelemahan dalam penerapan *personal selling* pada perusahaan, kekuatan pada *personal selling* yaitu komunikasi berpasangan memungkinkan interaksi dua arah, yang meniscayakan umpan balik secara langsung. Dibandingkan dengan media massa, *personal selling* memungkinkan bahwa lawan komunikasi untuk memusatkan perhatiannya pada wiraniaga tanpa terusik oleh gangguan dari lingkungan. Pada *personal selling*, tingkat partisipasi dalam proses keputusan lebih tinggi dibandingkan dengan pesan yang disampaikan menggunakan sarana promosi lain. Sedangkan kelemahan pada *personal selling* ialah niayanya yang besar. Meskipun memakan biaya yang besar, jangkauan dan frekuensi melalui *personal selling* memang rendah. Karena itu manajemen harus mencari sarana alternatif untuk menyampaikan pesan tertentu dan menambah waktu penjualan yang dimanfaatkan oleh wiraniaga dalam mengunjungi prospek dan konsumen. Kelemahan lain, pengawasan atas penyampaian pesan seringkali sangat rendah dan informasi yang disampaikan kepada *audience* seringkali tidak konsisten, sehingga dapat menyebabkan kerancuan dan kesalahpahaman tentang spesifikasi produk.

Tujuan dibuatnya penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan *personal selling* dalam penjualan aplikasi pada perusahaan PT Mandiri Jaya Abadi Bandung. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Tinjauan Pelaksanaan *Personal selling* dalam Penjualan Aplikasi Edulogy pada Perusahaan PT Mandiri Abadi Teknologi Bandung Tahun 2019”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah yang akan dibahas yaitu bagaimana Pelaksanaan *Personal selling* dalam Penjualan Aplikasi Edulogy pada Perusahaan PT Mandiri Abadi Teknologi Bandung Tahun 2019?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *personal selling* dalam penjualan aplikasi edulogy pada PT Teknologi Mandiri Abadi .

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dipahami dengan jelas dan pembahasan dapat dipahami berdasarkan perumusan masalah, maka batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Objek penelitian yaitu PT. Mandiri Abadi Teknologi
- b. Lokasi penelitian adalah PT. Mandiri Abadi Teknologi Jalan Soekarno Hatta, Bandung, Jawa Barat, Indonesia.
- c. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dan pelaksanaan *personal selling* sebagai objek penelitian, dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *personal selling* pada PT. Mandiri Abadi Teknologi
- d. Waktu dan periode dalam penelitian ini mulai dari bulan Januari sampai dengan April 2019.

1.6 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

- a. Sebagai acuan dalam meningkatkan kualitas pelaksanaan *personal selling* bagi perusahaan.
 - b. Sebagai bahan evaluasi untuk pelaksanaan *personal selling*, baik itu kinerja wiraniaga dan manajemen perusahaan.
2. Bagi Peneliti
 - a. Untuk pengetahuan peneliti ,khususnya dibidang *Personal Selling* dalam melakukan promosi.
 - b. Untuk memperluas wawasan serta mengimplementasikan segala macam praktika yang mungkin belum didapatkan didalam dunia perkuliahan.
 3. Bagi Lembaga

Sebagai bahan referesni dan perbandingan untuk peneliti selanjutnya, yang khususnya penelitian tersebut mengenai *personal selling* dalam bauran promosi dan pelaksanaan *personal selling*.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini disusun sebagai berikut:

BAB I – PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, kegunaan, dan sistematika penulisan.

BAB II – TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi definisi-definisi dan teori-teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

BAB III – METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai proses dan metode-metode yang digunakan untuk mendukung penelitian.

BAB IV – HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai hasil yang didapatkan setelah melalui segala tahapan penelitian.

BAB V – KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran-saran yang didapatkan dari penelitian yang telah peneliti lakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar pustaka ini berisi tentang sumber-sumber yang penulis gunakan untuk menulis penelitian, baik berupa literature dari internet, buku panduan, jurnal atau media lainnya.