

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah PT. Cloud Hosting Indonesia yang memiliki nama merek IDCloudHost. PT. Cloud Hosting Indonesia merupakan sebuah perusahaan Web Hosting Provider yang ada di Indonesia dengan menawarkan produk-produk layanan digital seperti Pendaftaran Domain, Cloud Hosting, Server (VPS & Dedicated Server), Reseller Domain & Hosting, dan beberapa layanan lainnya.

Menurut Rinaldy Agustian selaku Staf HR di PT. Cloud Hosting Indonesia mengatakan bahwa IDCloudHost memiliki beberapa *core values* yang yang disebut 'TRUST'. Penjelasan mengenai *core value* 'TRUST' adalah sebagai berikut:

1. **Time**

Kecepatan dalam memberikan layanan.

2. **Reliable**

Layanan *support* yang selalu tersedia ketika *customer* membutuhkan.

3. **Up to Date**

Jeli dan teliti dalam memanfaatkan teknologi-teknologi terbaru untuk meningkatkan kinerja dan layanan.

4. **Social**

Standar etika yang kuat dalam budaya kerja yang berorientasi pada kekeluargaan dan tetap berkontribusi pada lingkungan sekitar.

5. **Taking Care of Customer**

Selalu ingat untuk menempatkan pelanggan di hati dan pikiran anggota tim dalam memecahkan setiap masalah dan memenuhi setiap kebutuhan pelanggan.

IDCloudHost memiliki visi untuk menjadi penyedia layanan Cloud VPS dan Hosting yang membantu untuk digitalisasi berbagai *stakeholder*. Kemudian misi dari IDCloudHost yaitu dengan menjadi *One Stop To Go Digital* bagi seluruh lapisan masyarakat. Sasaran pasar yang dituju oleh IDCloudHost adalah instansi pemerintahan, profesional, *startup*, UMKM, hingga korporasi besar.

Layanan-layanan yang diberikan oleh IDCloudHost sangat beragam. Terdapat beberapa layanan yang bisa digunakan oleh para pelanggan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Cloud VPS
2. Cyberpanel VPS
3. Cloud Hosting
4. Dedicated Server
5. Bare Metal Server
6. Server VPS
7. Wordpress Hosting
8. Managed Service
9. Email Hosting Zimbra
10. Mailcoach
11. Cloud Storage

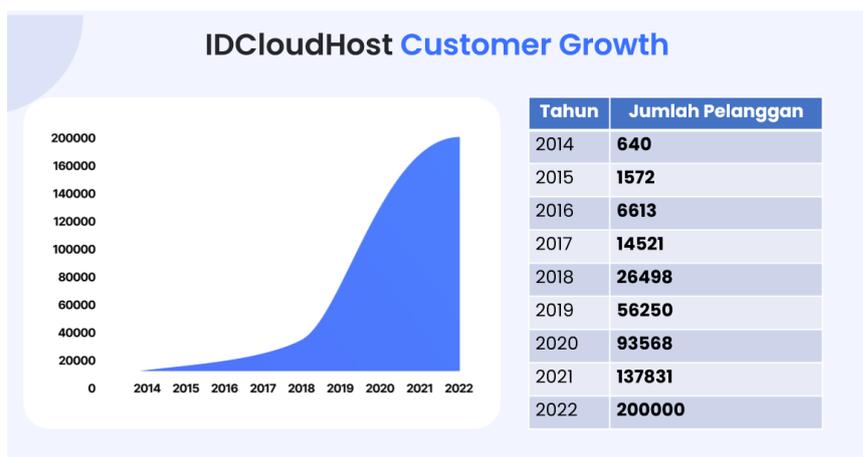
Dalam memberikan layanan terbaiknya, IDCloudHost juga memiliki program ‘*Pay as You Grow*’ untuk membantu pengelolaan resiko naik turunnya bisnis, serta menghadirkan berbagai katalog aplikasi dan sistem operasi yang diciptakan untuk memudahkan dan mendukung kebutuhan digital Bangsa Indonesia.

Tabel 1.1  
IDCloudHost *Customer Growth*

Tahun	Peningkatan Pelanggan
2014	640
2015	1.572
2016	6.613
2017	14.521
2018	26.498
2019	56.250
2020	93.568
2021	137.831
2022	200.000

*Sumber:* Dokumen Company Profile IDCloudHost

Pada tahun 2022 IDCloudHost mencatat sudah memiliki lebih dari 200.000 pelanggan dari berbagai instansi dan organisasi serta UMKM di seluruh Indonesia, mulai dari pemerintahan termasuk kementerian dan perusahaan BUMN hingga perusahaan swasta. PT. Cloud Hosting Indonesia mencatatkan pertumbuhan pelanggan dari tahun 2014 yang hanya berjumlah 640 pelanggan, hingga saat ini pada tahun 2022 berhasil memiliki 200.000 pelanggan.



Gambar 1.1  
IDCloudHost Customer Growth

Sumber: Dokumen Company Profile IDCloudHost

IDCloudHost mulai berdiri secara legal memiliki badan hukum dengan nama PT. Cloud Hosting Indonesia pada tahun 2015. Pada tahun berikutnya yaitu tahun 2016, IDCloudHost memiliki kantor pertama. Memasuki tahun 2017, IDCloudHost menjadi finalis “Cloud Journey of The Year” di DCD Data Center, serta meluncurkan CSR berupa beasiswa. Tahun 2018, PT. Cloud Hosting Indonesia mendapatkan akreditasi dari PANDI. Empat tahun setelah didirikannya perusahaan, pada tahun 2019 IDCloudHost sudah memiliki lebih dari 56.000 pelanggan. Pada tahun 2020, IDCloudHost telah memiliki total lima data center, memiliki lebih dari 100.000 pelanggan, dan mendapatkan *average rating* 4.9/5.0. Tahun 2021 pelanggan bertambah menjadi lebih dari 130.000 pelanggan, dan mendapatkan *funding seri A* dengan Init6. Pada tahun 2022, IDCloudhost semakin berkembang dengan memiliki 200.000 pelanggan dan mendapatkan *funding* dari BUKA tbk.

Menurut Davidson, Harmer, dan Marshall (2015), ekosistem bisnis merupakan sebuah jaringan yang kompleks perusahaan dan hubungan yang saling bergantung, sehingga pihak-pihak yang terhubung dapat saling menciptakan dan menghasilkan

nilai bisnis. Dalam artikel pada situs web ecosystemizer.com menyatakan bahwa jika dibandingkan dengan perusahaan yang berdiri sendiri, ekosistem dan para partisipannya dapat meningkatkan efisiensi yang lebih besar dengan konsep “*the power of the many*”. Untuk merealisasikan hal tersebut, perusahaan harus memahami dimana posisi perusahaannya berada saat ini untuk menentukan posisi di masa depan pada sebuah ekosistem bisnis. Ekosistem dapat dikategorikan pada tiga peran perusahaan, tergantung pada hubungan perusahaan dengan konsumennya. Ketiga peran tersebut ialah *orchestrator*, *realizer*, dan *enabler*. *Orchestrator* merupakan peran yang memiliki kontak langsung dengan konsumen akhir atau *end-user* dan memegang kendali pada *customer interface*. *Orchestrator* memiliki tujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan dari konsumen akhir dan menghubungkannya dengan perusahaan yang dapat memberikan pelayanan dan produk. *Realizer* merupakan peran penyedia dari produk dan jasa layanan untuk konsumen akhir atau *end-user*. *Enabler* berperan sebagai pendukung dari *realizer*, *orchestrator*, atau *enabler* lain, tetapi tidak memiliki kontak langsung dengan konsumen akhir, karena perusahaan *enabler* biasanya melakukan penyediaan barang baku pada rantai pasok seperti produsen material, komponen, mesin, infrastruktur, atau software. Perusahaan-perusahaan dapat memiliki beberapa peran sekaligus (Kawohl & Krechting, 2020). Menurut Rinaldi selaku HR IDCLOUDHOST mengatakan bahwa saat ini IDCLOUDHOST memiliki peran pada ekosistem sebagai *orchestrator* dan *realizer*. Menjadi *orchestrator* dengan menghubungkan layanan dari perusahaan lain kepada konsumen. Dalam hal ini IDCLOUDHOST menjadi *reseller* untuk tempat penyimpanan server di *data center* milik perusahaan lain atau biasa disebut dengan *colocation server*. Peran kedua yaitu sebagai *realizer*, IDCLOUDHOST membuat dan menyediakan sendiri produk layanan yang ditawarkannya langsung kepada konsumen akhir, tidak membeli produk dari perusahaan lain. Saat ini IDCLOUDHOST masih di fase *growth* karena masih mengalami tren peningkatan dan pertumbuhan pada bisnisnya.

PT. Cloud Hosting Indonesia saat ini memiliki beberapa kantor dan data center yang terletak di lokasi yang berbeda untuk dapat memberikan layanan terbaik ke berbagai daerah di Indonesia. Kantor IDCLOUDHOST saat ini terbagi di tiga kota yaitu di Jakarta sebagai *Representative Office*, Sukabumi, dan Pekanbaru. Ketiga kantor tersebut memiliki tujuan untuk bersinergi bersama dalam mendukung kebutuhan digital Bangsa Indonesia. *Data center* IDCLOUDHOST saat ini terdapat di enam lokasi

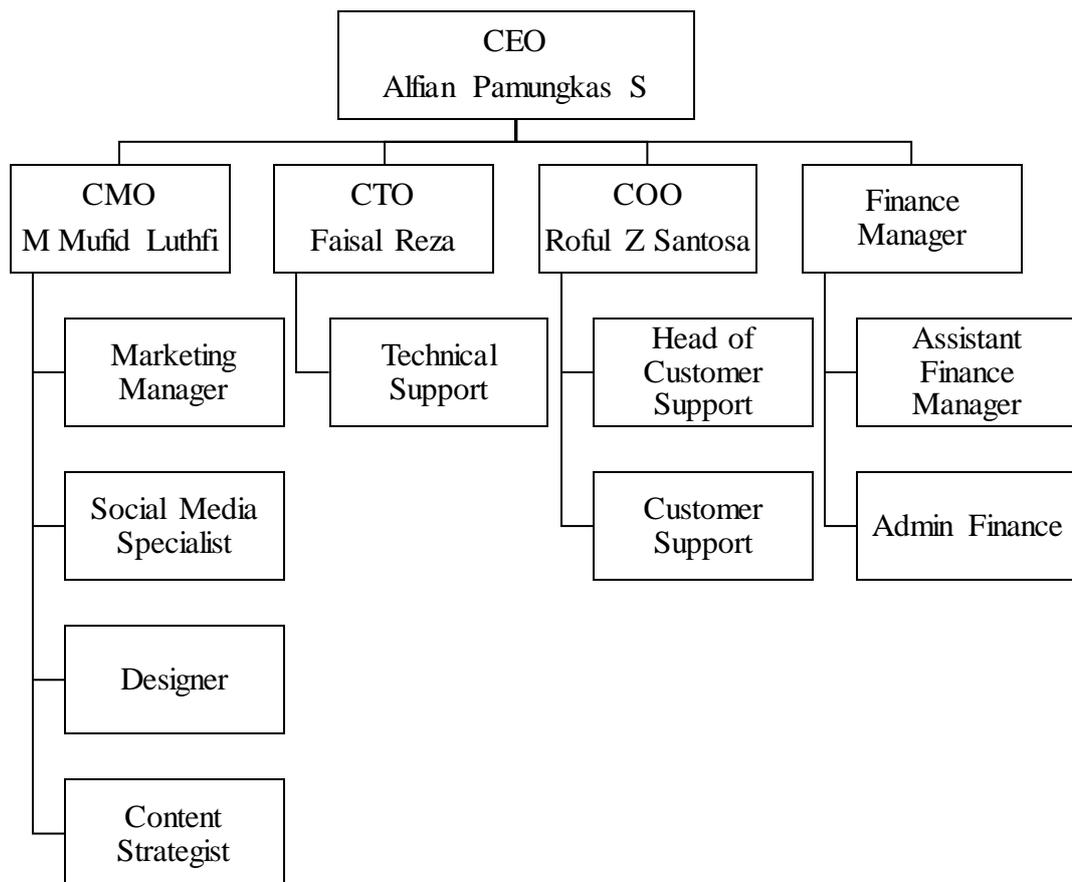
berbeda yaitu Cyber1 Data Center yang berlokasi di IDCloudHost Data Center di Kota Bogor, Gedung Cyber Jakarta Selatan, Indonesia Data Center Duren 3 di Jakarta Selatan, Bali Towerindo Sentra di Jakarta Pusat, Telin 3 DC di Singapura, dan Epsilon Global Hub DC di Singapura. *Data center* tersebut telah memiliki berbagai sertifikasi diantaranya ISO 9001:2015, PCI-DSS V3.2.1, ISO 27001:2013, dan ISO 45001:2018. Menurut Alfian Pamungkas selaku CEO, saat ini IDCloudHost memiliki *data center* di level Tier 3 dan Tier 4. Seperti yang dijelaskan pada situs web idcloudhost.com (IDCloudHost, 2022) Pada Tier 3 yang bersifat *Concurrently Maintainable Site Infrastructure*, *data center* memiliki fasilitas yang dapat dikelola secara bersamaan dengan beberapa jalur distribusi untuk daya dan pendinginan, pada Tier 3 bahkan tidak dibutuhkan penghentian total untuk pemeliharaan dan penggantian peralatan. Tier 3 memiliki kelebihan pada kapasitas dan komponen tambahan untuk pencadangan, sehingga dapat memberikan solusi agar operasi tetap berjalan jika terjadi pemadaman listrik setidaknya selama 72 jam setelah pemadaman. Klien Tier 3 dapat mengharapkan waktu henti (*downtime*) hingga 1.6 jam per tahun. Selanjutnya layanan pada *data center* Tier 4 (*Fault Tolerant Site Infrastructure*) memiliki mekanisme toleransi dan beberapa sistem yang terisolasi yang secara fisik bertindak sebagai komponen redundan dan jalur distribusi. Tier 4 memungkinkan semua komponen memiliki dukungan dua generator, dua sistem UPS dan dua sistem pendingin, setiap jalur distribusi bersifat independen sehingga kegagalan tunggal pada salah satu tidak akan menimbulkan dampak domino dengan komponen lainnya, operasi dapat terus berjalan selama minimal 96 jam setelah pemadaman listrik, dan sumber daya tidak terhubung ke sumber eksternal apapun.



Gambar 1.2  
Founder IDCloudHost

Sumber: Dokumen Company Profile IDCloudHost

IDCloudhost yang didirikan pada tahun 2015 oleh beberapa *founder* diantaranya Alfian Pamungkas Sakawiguna sebagai CEO IDCloudHost, Faisal Reza sebagai CTO IDCloudHost, Muhammad Mufid Luthfi sebagai CMO IDCloudHost, dan Roful Zamal Santosa sebagai COO IDCloudHost. Berikut merupakan struktur perusahaan IDCloudHost:



Gambar 1.3  
Struktur Perusahaan IDCloudHost

Sumber: Dokumen Company Profile IDCloudHost

Para *founder* dan seluruh stakeholder memiliki visi atau cita-cita untuk menjadikan IDCloudHost sebagai perusahaan digital yang memberikan layanan dibidang cloud kepada masyarakat dengan *simple, affordable, and reliable*.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Dilansir pada *website* (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022) pada saat ini perekonomian global sedang menghadapi tantangan yang disebut *The Perfect Storm* atau yang disebut dengan 5C yang memiliki kepanjangan yaitu Covid-19, *Conflict* Rusia-Ukraina, *Climate Change*, *Commodity Price*, dan *Cost of Living*. Menghadapi kondisi tersebut pada 2022, perekonomian Indonesia pada Q2-2022 dapat tumbuh dengan impresif pada angka 5,44%. Kinerja tersebut dinilai positif didukung dengan tingkat inflasi yang relatif terkontrol, dengan angka inflasi Indonesia per Juli 2022 mencapai 4,94% lebih baik dibandingkan dengan negara lain seperti Jerman dengan angka inflasi 7,5% ataupun Prancis pada angka 6,1%. Airlangga Hartanto selaku Menteri Koordinator Bidang Perekonomian mengapresiasi para pelaku usaha atau bisnis yang mampu untuk terus bertahan, bahkan dinilai bangkit lebih kuat dari ancaman pandemi Covid-19. Dalam menghadapi *The Perfect Storm*, banyak negara-negara menanggapi dengan melakukan pelarangan ekspor komoditas pangan esensialnya serta melakukan pengetatan kebijakan moneter. Kondisi tersebut dapat meningkatkan risiko terjadinya stagflasi, yang jika berkelanjutan dapat memicu resesi global. Namun, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian menilai bahwa peluang Indonesia untuk mengalami resesi relatif lebih kecil dibandingkan negara lainnya. Berbagai macam *leading indicator* menunjukkan bahwa pemulihan akan terus berlanjut dengan prospek yang dinilai positif. *Purchasing Manager Index* (PMI) manufaktur tetap berada di level ekspansif selama 11 bulan berturut-turut, kemudian indeks kepercayaan konsumen juga terus berada pada area yang dinilai positif, serta penjualan ritel juga masih terus bertumbuh.

Pratiwi dalam artikel Kementerian Keuangan Republik Indonesia (Pratiwi, 2022) menyebutkan bahwa merujuk pada kontraksi pada tahun 2020, pemerintah mengeluarkan strategi kebijakan dalam memulihkan perekonomian Indonesia. Pemerintah melaksanakan kebijakan secara optimis dengan konsisten membangun kerja sama dengan seluruh komponen bangsa. Pemerintah daerah juga dinilai memiliki peran strategis dalam mendorong percepatan efektivitas pemulihan ekonomi Indonesia saat ini. Masyarakat dan pelaku usaha memiliki peran strategis juga dalam pergerakan pemulihan ekonomi Indonesia. Pemerintah memberikan kemudahan dalam kebijakan fiskal maupun kebijakan moneter yang disambut positif oleh masyarakat serta pengusaha agar dapat bergerak maju sesuai rancangan Pemerintah agar dapat

memulihkan ekonomi Indonesia yang telah mengalami kontraksi saat pandemi Covid-19.

Sasongko dalam artikel Kementerian Keuangan Republik Indonesia (Sasongko, 2020) menyebutkan bahwa salah satu sektor yang sangat terdampak oleh pandemi Covid-19 adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang memiliki pengaruh pada turunnya perekonomian nasional. Hal tersebut disebabkan karena UMKM memiliki kontribusi yang besar pada perekonomian nasional. Merujuk pada data dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) pada tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64.2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja pada UMKM yaitu sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Dalam kaitannya dengan kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61.1%, selebihnya sebanyak 38,9% kontribusi dari pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebanyak 5.550 atau 0,1% dari jumlah pelaku usaha. Pada lingkup UMKM, skala usaha yang mendominasi adalah usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89% dan kontribusi usaha mikro pada PDB hanya sekitar 37,8%. Merujuk pada data tersebut, Indonesia memiliki potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM yang didominasi oleh usaha mikro sangat banyak jumlahnya dan daya serap tenaga kerja yang sangat besar. Dalam hal ini pemerintah serta pelaku usaha harus menaikkan level usaha mikro menjadi usaha menengah yang basis usaha tersebut terbukti kuat dalam menghadapi krisis ekonomi yang terjadi dikarenakan perputaran transaksi yang tergolong cepat dan menggunakan produk domestik yang bersentuhan langsung dengan kebutuhan primer masyarakat Indonesia. Dengan menyadari hal tersebut, pemerintah dalam beberapa tahun terakhir ini akan mengambil kebijakan untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro dan kecil agar dapat naik kelas menjadi usaha menengah.

Dalam artikel pada Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022), disebutkan bahwa Presiden RI telah memberikan arahan untuk melakukan pengembangan UMKM Naik Kelas dan Modernisasi Koperasi. M. Rudy Salahuddin selaku Deputy Bidang Koordinasi Ekonomi Digital, Ketenagakerjaan, dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam acara UMKM Performance Index mengatakan bahwa lingkup UMKM disebut sebagai *critical engine* dalam perekonomian Indonesia

agar maju. Indonesia bertopang sangat besar pada UMKM, yang selama pandemi cukup terpuruk namun saat ini sebanyak 84,8% UMKM sudah bisa kembali beroperasi secara normal. Menurut Deputi Rudy, Presiden RI meminta agar setidaknya ada 30 juta UMKM yang *go digital* di 2024 mendatang. Program ini sedang dimaksimalkan untuk tujuan UMKM memasuki platform digital dan berhasil menjadi pemain global dan berorientasi ekspor. Oleh sebab itu, tantangan UMKM ke depan yang perlu diatasi bersama oleh para *stakeholders* yaitu mengenai inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, *branding* dan pemasaran, sumber daya manusia, standarisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi, serta basis data tunggal.

Artikel berita pada website (Ibrahim, 2023) dijelaskan bahwa menurut Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEa) pertumbuhan *e-commerce* meningkat sejalan dengan jumlah UMKM yang sudah *go digital* saat ini sebanyak 21,8 juta UMKM. Hal tersebut masih kurang dari target sebanyak 22-30 juta UMKM yang *go digital* pada tahun 2024.

Artikel berita yang ditulis oleh Kirana pada *website* Universitas Gadjah Mada Fakultas Ekonomika dan Bisnis (Kirana, 2022) menyebutkan bahwa semakin banyak masyarakat yang beralih menggunakan gawai dan komputer sebagai alat penyambung hidup untuk menggantikan berbagai aktivitas secara langsung selama masa pandemi Covid-19. Perubahan pada perilaku masyarakat tersebut memberikan pengaruh pada perkembangan perekonomian dengan mempercepat transformasi ke arah digital. Menurut Prof. Sri Adiningsih, M.Sc., Ph.D., selaku Guru Besar Departmen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM, saat pandemi terjadi di Indonesia, transformasi digital dapat dikatakan berkembang serta mendisrupsi sektor bisnis serta ekonomi. Perkembangan ekonomi digital yang saat ini telah hadir di sekitar kita seperti berbagai jenis *e-commerce* dan layanan *financial technology (fintech)* yang semakin berkembang dan marak digunakan oleh masyarakat. Oleh karena itu menurut Prof. Sri Adiningsih, M.Sc., Ph.D., dapat dinilai bahwa ekonomi digital Indonesia tengah berkembang dan pandemi Covid-19 yang mempercepat perkembangan digitalisasi ekonomi tersebut. Beliau menambahkan bahwa pandemi Covid-19 telah mengakselerasi transformasi digital seperti mengurangi interaksi secara langsung yang mengharuskan digitalisasi dan otomatisasi. Menurut Prof. Sri Adiningsih Covid-19 dinilai telah merubah perilaku konsumen dan bisnis yang diantaranya akan bertahan hingga jangka panjang. Terdapat beberapa sektor yang diprediksi akan banyak

diminati pada era pasca pandemi yaitu sektor pendidikan yang meluas melalui inovasi pembelajaran daring, sektor kesehatan yang berkembang bersama perkembangan teknologi, sektor *fintech* melalui *digital lending* dan investasi online semakin dikenal, serta sektor *e-commerce* dengan peningkatan yang pesat pada pembeli *online*. Beliau menyimpulkan bahwa gaya hidup daring akan tetap ada, beberapa akan dijalankan secara *hybrid* (daring dan luring) setelah era pandemi. Dalam periode waktu satu atau dua dekade, ekonomi digital diprediksi akan berkembang semakin luas, melibatkan semua sektor ekonomi di seluruh wilayah akan terdigitalisasi. Para pelaku usaha dan bisnis harus mulai mengantisipasi dan menyesuaikan jika ingin bertahan serta bertumbuh dalam jangka panjang.

Artikel berita pada *website* online-pajak.com yang ditulis oleh (Sandi, 2023) menjelaskan beberapa permasalahan UMKM di Indonesia. Salah satu permasalahan dan tantangan tersebut adalah banyak pelaku UMKM yang masih gagap teknologi. Kondisi gagap teknologi tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang diantaranya yaitu kondisi ekonomi, kondisi lingkungan, kondisi wilayah, dan lain sebagainya. Perkembangan teknologi saat ini meningkatkan perkembangan ekonomi digital yang dapat membawa banyak manfaat bagi pelaku UMKM dalam kegiatan bisnisnya seperti pemasaran dan proses produktivitas bisnisnya secara umum. Muncul dan berkembangnya saluran *marketplace* dan media sosial saat ini membuka peluang bagi pelaku UMKM dalam mengenalkan produk secara lebih luas, serta kegiatan produktivitas operasional UMKM akan semakin mudah dan efisien berkat adanya perkembangan teknologi yang salah satunya bisa diterapkan pada proses pembukuan digital. Sejalan dengan itu, Amelia Riskita menulis artikel pada laman *sirclo.com* (Riskita, 2022) mengenai tantangan perkembangan UMKM di Indonesia. Salah satu tantangan tersebut selain tantangan pada kebutuhan pendanaan dan modal, UMKM masih terkendala oleh digitalisasi. Tantangan tersebut diakibatkan oleh perkembangan teknologi saat ini yang sangat pesat yang dihadapi oleh UMKM. Perkembangan teknologi yang sangat pesat tersebut juga berpengaruh pada *consumer behaviour* masyarakat Indonesia yang sudah beralih menggunakan teknologi digital. Digitalisasi secara umum bukan hanya sebagai *platform* untuk berjualan saja, akan tetapi untuk menunjang seluruh kegiatan bisnis seperti pemasaran, hubungan dengan pelanggan, informasi produk, program loyalitas, hingga pelayanan konsumen. Digitalisasi dinilai

dapat membantu pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis agar dapat bersaing dan unggul.

Saat ini terdapat beberapa bisnis *start up* yang banyak bergerak di bidang teknologi untuk membantu pelaku usaha dan organisasi untuk mengembangkan potensi digitalnya. Salah satu *start up* tersebut adalah IDCloudHost, yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di industri layanan *cloud* untuk membantu kliennya yang dalam hal ini merupakan instansi dan organisasi yang membutuhkan layanan untuk mendigitalkan perusahaannya. IDCloudHost dapat membantu para kliennya dalam menyediakan jasa domain untuk website dari sebuah organisasi atau perusahaan tersebut agar dapat diakses oleh masyarakat luas secara daring.

Dilansir oleh Liputan 6 (Hidayat, 2020), IDCloudHost memiliki banyak prestasi, diantaranya meraih penghargaan UKM Award pada tahun 2020 dengan fokus pada sektor jasa dari Kemenkop dan UKM. Pandemi yang terjadi di tahun 2020 dimanfaatkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop dan UKM) untuk menggelar UKM Award 2020 sebagai ajang untuk mengapresiasi para pahlawan produk lokal yang mampu menunjukkan keunggulan dan kebermanfaatannya bagi masyarakat.

Selain memenangkan UKM Award, pada tahun 2020 IDCloudHost juga menjadi pemenang Anugerah Bangga Buatan Indonesia 2020 yang dilansir pada Teknologi.id (Luthfi, 2020). Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia dengan tagar #BanggaBuatanIndonesia merupakan sebuah program yang dibangun dari arahan Presiden Joko Widodo dalam upaya untuk membantu membangkitkan ekonomi kreatif tanah air agar dapat menjadi tuan rumah di negerinya sendiri.

IDCloudHost setelah mendapat berbagai penghargaan dari Kementerian Koperasi dan UKM, saat ini memiliki tantangan yang dijadikan sebuah target utama mereka yaitu untuk membantu mendigitalisasikan UMKM di Indonesia. Dilansir pada website news.detik.com (Imandiar, 2021), Menkop berharap layanan cloud IDCloudHost dapat membantu digitalisasi UMKM di Indonesia. Saat IDCloudHost meluncurkan produk baru yaitu Server Cloud VPS (Virtual Private Server) dan *Object Storage* yang diyakini dapat membantu digitalisasi UMKM, dapat mendorong para pelaku UMKM untuk dapat dengan mudah masuk ke dalam ekosistem bisnis digital. Menurut Teten Masduki sebagai Menteri Koperasi dan UKM, transformasi digital merupakan salah satu kunci pemulihan ekonomi, sehingga pemerintah telah

menargetkan sebanyak 30 juta UMKM dapat *onboarding* digital pada akhir tahun 2024.

Menurut Teten, peran IDCloudHost menjadi sangat penting dan strategis untuk mendukung digitalisasi UMKM, IDCloudHost dapat melakukan *clustering platform per trade area* serta memberikan kebutuhan serta solusi berbeda di tiap level skala usaha. Maka, Menteri Koperasi dan UKM berharap IDCloudHost dapat terus menciptakan inovasi bagi UMKM unggulan tanah air.

Dilansir pada website [infobanknews.com](http://infobanknews.com) (Ibrahim, 2023) berdasarkan data dari Indonesia E-Commerce Association (idEA) terdapat 21,8 juta pelaku UMKM di Indonesia yang telah tergabung ke dalam ekosistem digital per Mei 2021. Jumlah tersebut masih kurang dari target 30 juta UMKM *go digital*. Catatan dari Kementerian Koperasi dan UKM, total UMKM di Indonesia mencapai 64,1 juta. Selain UMKM, pemerintah juga menargetkan pertumbuhan perusahaan rintisan atau *startup* mencapai 4.500 hingga 4.900 perusahaan baru pada 2024 mendatang. Sejalan dengan Menteri Koperasi dan UKM, Menteri Keuangan Sri Mulyani juga menjelaskan pentingnya digitalisasi bagi UMKM. Dilansir pada [JawaPos.com](http://JawaPos.com) (Pramana, 2022), Sri Mulyani selaku Menteri Keuangan mengatakan bahwa pemerintah Indonesia terus mendorong digitalisasi pada Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM, bahkan Ia menyebutkan bahwa pemerintah menargetkan Indonesia memiliki hingga 50 juta UMKM yang masuk dalam ekosistem digital. Melalui sudut pandang Menteri Keuangan, Sri Mulyani mengatakan bahwa digitalisasi memiliki peran penting dalam inklusi keuangan di Indonesia. Digitalisasi juga merupakan komponen kunci bagi pemerintah dalam mencapai target melalui akses pembiayaan, pembayaran, pembukuan, serta pemasaran digital telah diperkenalkan kepada UMKM. Digitalisasi juga disebut masih memiliki banyak ruang untuk dapat dikembangkan lebih lanjut seperti perizinan, akses jaringan, promosi, akses pasar, pembiayaan, pembukuan, hingga pembayaran digital melalui pasar *digipay*.

Tantangan-tantangan tersebut bagi IDCloudHost sebenarnya merupakan peluang untuk memaksimalkan operasi bisnisnya pada segmen UMKM karena peluang yang bisa dimaksimalkan untuk membantu mereka digitalisasi sangat besar dan luas. Dilansir pada [website.kontan.co.id](http://website.kontan.co.id) (Biananda, 2023) CEO IDCloudHost Alfian Pamungkas Sakawiguna mengatakan bahwa IDCloudHost mendorong UMKM untuk mempercepat upaya digitalisasi mulai dari pemasaran hingga operasional.

IDCloudHost berkomitmen untuk terus mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia dengan mengembangkan berbagai layanan cloud demi membantu para pelaku usaha melakukan digitalisasi dan dapat dengan cepat memperbesar volume bisnis di pasar domestik maupun di pasar ekspor, sekaligus dapat melakukan efisiensi di berbagai sistem operasional. Saat ini, layanan *cloud* sudah mulai banyak digunakan oleh pelaku usaha karena fleksibilitas serta kenyamanan *cloud* yang digunakan untuk menyimpan data, pemrosesan, serta kolaborasi. Disampaikan juga bahwa kehadiran *online* melalui *website* bagi pelaku UMKM sangat penting di era digital seperti saat ini, yang memungkinkan calon pelanggan dari seluruh dunia dapat dengan mudah menemukan produknya. Dilansir pada artikel berita koran.tempo.co (Koran Tempo, 2023) Alfian menyatakan, peluncuran produk-produk seperti Server Cloud VPS dan Object Storage merupakan bagian dari cara perusahaan dalam memperluas layanan perusahaan terutama kepada segmen pelaku UMKM dan perusahaan rintisan (*startup*). Layanan baru tersebut akan didukung dengan kekuatan infrastruktur, teknologi, sumber daya manusia yang berkualitas, serta harga yang terjangkau untuk segmen UMKM dan perusahaan rintisan. Bagi pengguna layanan *public cloud* VPS, demi melengkapi dan menyempurnakan jangkauan, IDCloudHost menempatkan server di Jakarta dan Singapura, dengan tujuan untuk dapat menjangkau pasar internasional.

IDCloudHost bertujuan untuk memanfaatkan peluang digitalisasi UMKM di Indonesia dengan peluang yang tersedia pada segmen UMKM sangat besar dan luas, dikarenakan kondisi UMKM di Indonesia yang belum memasuki dunia digital masih sangat banyak, IDCloudHost memiliki masalah dan hambatan dalam menjalankan bisnis pada segmen UMKM. Menurut Rinaldy Agustian, hambatan yang sering dialami oleh IDCloudHost dalam melayani UMKM adalah pelaku usaha yang belum paham mengenai literasi digital sehingga belum bisa memaksimalkan fitur dan layanan, minimnya biaya yang dimiliki oleh pengusaha tetapi dengan kebutuhan fitur yang bermacam-macam, kesulitan dalam menyampaikan informasi mengenai infrastruktur digital ketika ada kendala dan masalah yang sedang diperbaiki karena pemahaman dan kurangnya teknisi yang memahami. Fokus peneliti pada penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan bagaimana IDCloudHost menjalankan bisnis layanan digital kepada UMKM. Maka, dengan latar belakang tersebut, peneliti akan menganalisis mengenai strategi bisnis digital IDCloudHost dalam memanfaatkan peluang digitalisasi UMKM di Indonesia, untuk menjawab permasalahan dan

hambatan yang sedang dialami oleh industri saat ini, dengan dituliskan dalam penelitian yang berjudul “Pengembangan Strategi Bisnis Digital PT. Cloud Hosting Indonesia dalam Mendukung Program Nasional Digitalisasi UMKM di Indonesia”.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah disampaikan oleh peneliti pada poin sebelumnya, peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah penelitian yang diantaranya yaitu:

1. Bagaimana kondisi internal dan eksternal bisnis PT. Cloud Hosting Indonesia?
2. Strategi bisnis apa yang saat ini dilakukan oleh PT. Cloud Hosting Indonesia untuk memanfaatkan peluang digitalisasi UMKM di Indonesia?
3. Apa saja rekomendasi dan rencana aksi strategi untuk PT. Cloud Hosting Indonesia dalam memanfaatkan peluang digitalisasi UMKM di Indonesia?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Terdapat beberapa tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah:

1. Untuk menjelaskan bagaimana kondisi internal dan eksternal dari bisnis PT. Cloud Hosting Indonesia.
2. Untuk menjelaskan strategi bisnis yang saat ini dilakukan oleh PT. Cloud Hosting Indonesia untuk memanfaatkan peluang digitalisasi UMKM di Indonesia.
3. Untuk menjelaskan rekomendasi dan rencana aksi strategi untuk PT. Cloud Hosting Indonesia dalam memanfaatkan peluang digitalisasi UMKM di Indonesia.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan beberapa manfaat kepada para pembaca sebagai berikut:

#### **1.5.1 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai strategi PT. Cloud Hosting Indonesia dalam memanfaatkan peluang digitalisasi UMKM di Indonesia melalui layanan yang diberikannya. Sehingga diharapkan dengan mengetahui hal-hal tersebut dapat semakin bisa mengembangkan strateginya untuk

IDCloudHost dan juga perusahaan rintisan atau UMKM yang sedang melakukan bisnis.

### **1.5.2 Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan untuk menjadi bahan kajian selanjutnya baik di dalam kelas perkuliahan, penelitian, dan juga implementasi pada bisnis. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat akademis pada bidang ilmu manajemen strategi untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen khususnya manajemen strategi.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini adalah bab yang menjabarkan mengenai gambaran umum alasan-alasan penelitian yang dijelaskan secara singkat, padat, dan jelas. poin-poin pada bab ini akan menjabarkan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, sistematika penelitian.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini merupakan bab yang menggambarkan mengenai kajian teori dan penelitian-penelitian yang menjadi rujukan. Secara rinci pada bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan topik pembahasan yang ada pada penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, serta hipotesis jika dibutuhkan.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab tiga menerangkan mengenai karakteristik dan tipe penelitian yang dilakukan, metode yang digunakan dalam proses penelitian, tahapan-tahapan pelaksanaan penelitian, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik analisis data, hingga pengujian hipotesis.

### **d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab empat menerangkan mengenai analisa data-data hasil penelitian yang telah didapatkan oleh peneliti dengan menggunakan metode yang telah ditentukan sebelumnya, kemudian hasil-hasil yang didapatkan dari proses penelitian akan

dikaitkan dengan teori-teori yang sudah ditentukan untuk dibahas pada poin pembahasan.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab lima akan menerangkan mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari hasil analisis penelitian. Berdasarkan hasil-hasil penelitian yang sudah disimpulkan, selanjutnya akan ditentukan poin-poin saran untuk penelitian sejenis yang mungkin akan dilakukan selanjutnya.