

## BAB 1

### PENDAHULUAN

---

#### 1.1 Latar Belakang

Level Up didirikan pada tahun 2021 sebagai reaksi terhadap metode manajemen magang konvensional yang masih berlaku di Telkom Regional 4, yang ditandai dengan proses administrasi manual yang belum memiliki struktur yang terdefinisi dengan baik [1]. Oleh karena itu, pembentukan platform bertujuan untuk mengatasi tantangan ini. Fokus utama dari Level Up adalah untuk memfasilitasi kesempatan magang bagi mahasiswa atau siswa SMK di unit PT Telkom Grup, sekaligus meningkatkan eksposur industri bagi individu yang memiliki etos kerja baik. Berbagai layanan disediakan untuk mitra akademis dan mitra industri, layanan tersebut ialah Praktik Kerja Lapangan untuk siswa SMK dan mahasiswa, *Speaker Request*, *Employee Branding*, *Digistar Connect*, dan *Level Up Class* [2].

Level Up, sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, menggunakan pendekatan pengembangan bisnis yang mencakup manajemen kemitraan dan perumusan strategi penetapan harga program. Ini terutama terkait dengan transisi dari model Business to Business (B2B) yang sebelumnya berkonsultasi dengan TELKOM CORPU ke B2B yang independen sejak Februari 2024. Perusahaan tidak dapat lagi mengandalkan sumber daya internal saja untuk mencapai keunggulan kompetitif. Mereka harus menjalin kemitraan bisnis dengan berbagai pihak, termasuk konsumen. Hal ini terutama berlaku bagi perusahaan yang ingin memperluas aktivitas mereka secara nasional ataupun internasional [3]. Maka dari itu pengelolaan kemitraan menjadi fokus Level Up karena kemitraan yang efektif dapat memperluas jaringan bisnis dan memperkuat posisi Level Up di pasar. Hubungan jangka panjang yang dibangun melalui kemitraan ini akan memberikan keuntungan mutual bagi kedua belah pihak, membantu Level Up dalam menciptakan sinergi dan kolaborasi yang lebih produktif.

Selain itu, penentuan harga atau yang seterusnya akan disebut *pricing* dalam proyek akhir ini, menghadapi persaingan yang cukup ketat. Harga adalah elemen kunci dalam bauran pemasaran yang sering menjadi pertimbangan utama bagi konsumen sebelum memutuskan untuk membeli [4]. Oleh karena itu, *pricing* program menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh Level Up. Memahami dinamika harga dan menawarkan program dengan harga yang kompetitif memungkinkan Level Up untuk menarik lebih banyak mitra dan pelanggan. Selain pengelolaan kemitraan dan strategi harga, Level Up juga berfokus pada inovasi dan pengembangan program yang relevan dengan kebutuhan pasar. Inovasi ini bertujuan untuk menawarkan nilai tambah yang signifikan kepada pelanggan, sehingga Level Up dapat bertahan dan berkembang dalam persaingan pasar yang ketat.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Fokus pada pengelolaan kemitraan dan penetapan harga program Level Up *by* Telkom Indonesia.
2. Strategi penetapan harga program terbatas pada tahapan perancangan harga program Level Up *by* Telkom Indonesia, tanpa memasuki aspek-aspek keuangan perusahaan secara keseluruhan.
3. Pertumbuhan bisnis akan difokuskan pada periode tertentu setelah penerapan manajemen kemitraan oleh Level Up *by* Telkom Indonesia.

## 1.3 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam pembahasan proyek akhir ini berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi strategi pengelolaan kemitraan yang efektif untuk memperluas jaringan bisnis dan memperkuat posisi Level Up di pasar.
2. Menentukan strategi harga yang kompetitif untuk menarik lebih banyak mitra dan klien Level Up.

3. Mengembangkan inovasi dan program yang relevan dengan kebutuhan pasar sehingga dapat menawarkan nilai tambah signifikan bagi pelanggan, serta memungkinkan Level Up untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan pasar yang ketat.

#### 1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam hal ini ialah:

1. Fokus pada pengelolaan kemitraan dan penetapan harga program Level Up *by* Telkom Indonesia.
2. Data yang dicantumkan pada observasi ini adalah data *dummy*, karena untuk melindungi kerahasiaan dan hak cipta perusahaan sesuai kontrak.
3. Studi ini akan dibatasi pada data dan informasi yang tersedia hingga tahun 2024 dan tidak akan mencakup proyeksi jangka panjang di luar periode tersebut.

#### 1.5 Metode Pengerjaan

Metodologi yang digunakan dalam pengerjaan proyek adalah metodologi observasi langsung karena adanya pengamatan dalam pengerjaan yang dilakukan dan tanpa adanya perantara terhadap pengerjaan objek atau tugas di tempat kejadian. Metodologi ini juga melibatkan tahapan dari analisa kebutuhan, perancangan, implementasi, hingga pengujian layanan.

Sementara pada model pengembangan layanan, Level Up menggunakan model pengembangan *agile* yang berfokus pada pengembangan *iterative* dan *incremental*, di mana tim bekerja dalam siklus waktu yang singkat untuk menghasilkan produk yang dapat diuji dan dievaluasi secara berkala. Pada model pengembangan *agile* kami menggunakan *sprint review* untuk meninjau hasil kerja, *daily stand-up* untuk pertemuan singkat yang membahas kemajuan atau rencana harian, dan *sprint planning* untuk perencanaan kerja yang akan dilakukan selama *sprint* berlangsung (dalam 2-4 minggu). Pada pengerjaan proyek model *agile* kami menggunakan beberapa *tools* seperti *basecamp* dan pengisian *Objectives and Key Result (OKR)* di website internal Level Up.

## 1.6 Jadwal Pengerjaan

Berikut jadwal kerja yang telah dilaksanakan selama magang dua semester mulai dari Juli 2023 hingga Juni 2024:

No	Deskripsi Kerja	Bulan											
		Juli	Agust	Sept	Okto	Nov	Des	Jan	Feb	Maret	April	Mei	Juni
1	<i>Finance</i>												
2	<i>Partnership</i>												
3	Pengembangan SDM dan Sistem Perusahaan												
4	<i>Pricing Program</i>												
5	<i>Event Company</i>												
6	<i>Develop Website</i>												
7	<i>Copywriting dan Design</i>												

Gambar 1. 1 Jadwal Magang Dua Semester

Penjadwalan kerja di Level Up by Telkom Indonesia di kota Semarang dimulai dari tanggal 12 Juli 2023 – 30 Juni 2024 dengan jadwal 2 hari kerja secara *offline* atau *Work From Office (WFO)* atau ke kantor dan 3 hari kerja secara *online* atau *Work From Home (WFH)* dengan ketentuan jam kerja sebagai berikut:

Jam kerja *WFO* : 08.00 – 17.00 WIB (untuk *check in* lebih *flexible*).

Jam kerja *WFH* : 08.00 – 17.00 WIB (untuk *check in* lebih *flexible*).