

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Kerja Praktek**

Dewasa ini perkembangan internet semakin pesat, salah satu nya yang sedang marak yaitu e-commerce (*electronic commercial*) atau bisa disebut juga perdagangan elektronik. Apa itu e-commerce? adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. E-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.

Industri teknologi informasi melihat kegiatan e-commerce ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (e-business) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (supply chain management), pemasaran elektronik (e-marketing), atau pemasaran online (online marketing), pemrosesan transaksi online (online transaction processing), pertukaran data elektronik (electronic data interchange /EDI), dll.

E-commerce merupakan bagian dari e-business, di mana cakupan e-business lebih luas, tidak hanya sekadar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll. Selain teknologi jaringan www, e-commerce juga memerlukan teknologi basisdata atau pangkalan data (databases), surat elektronik (e-mail), dan bentuk teknologi non

komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk e-dagang ini.

Dari penjelasan di atas, PT Kereta Api Indonesia pun sudah mulai merambah ke dalam dunia e-commerce, salah satu produknya yaitu KAI Access yang memudahkan masyarakat umum dalam bertransaksi membeli tiket kereta, melihat jadwal keberangkatan, dll. Selain dari aplikasi KAI Access itu sendiri, PT KAI menyiapkan web juga untuk menambah pilihan bagi konsumen.

Untuk lebih memperluas pasarnya PT KAI memanfaatkan e-commerce dalam penjualan tiket, dengan strategi mengembangkan pasar dalam segi penjualannya sekarang PT KAI mempunyai beberapa jenis penjualan baru diantaranya melalui web, aplikasi mobile, gerai, VM, dan PPOB. Karena dalam jenis penjualan baru ini PT KAI membutuhkan perusahaan lain untuk menjalankannya, maka disini PT KAI membuka lowongan bagi perusahaan lain yang ingin bekerja sama menjadi mitra dalam penjualan tiket.

PT KAI sendiri tidak menutup bagi para calon mitra yang ingin bekerja sama dengan PT KAI dalam penjualan tiket, namun tentunya dalam pemilihan mitra ini sendiri ada prosedur-prosedur yang berlaku tidak terkecuali dengan PT KAI mempunyai prosedurnya sendiri karena dalam kerjasama bisnis tidak dapat asal memutuskan untuk menghindari hal-hal yang tidak di inginkan. Maka dari itu penulis ingin membahas tentang prosedur yang ada di perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

Dalam hal ini perusahaan yang saya pilih sebagai tempat pelaksanaan kerja praktek adalah PT. Kereta Api Indonesia di Unit CPS (Commerce And Passanger

Ticketing Sales). Berdasarkan latar belakang yang penulis kemukakan diatas, maka dalam penyelesaian laporan kerja praktik ini penulis mengambil judul “ **Prosedur Penerimaan Mitra Penjualan Tiket PT. Kereta Api Indonesia** ”.

## **1.2 Tujuan Kerja Praktek**

Adapun tujuan dari kerja praktek ini adalah untuk mengetahui :

1. Bagaimana prosedur penerimaan mitra dalam penjualan tiket pada unit CPS (Commerce And Passanger Ticketing Sales) PT. Kereta Api Indonesia.
2. Mengetahui kendala dan solusi dalam penerimaan mitra.
3. Mengetahui daftar mitra yang bekerja sama dalam penjualan tiket kereta api.

## **1.3 Kegunaan Kerja Praktek**

### **1. Kegunaan Akademis**

1. Sebagai sarana menambah keilmuan serta menambah wawasan dalam perkembangan ilmu manajemen bisnis khususnya di bidang komunikasi bisnis.
2. Sebagai pengalaman dan menambah pengetahuan terutama dalam pelaksanaan kerja praktek yang terjun langsung ke dunia kerja.

### **2. Kegunaan Praktis**

1. Bagi Penulis

Kegunaan yang diharapkan adalah menambah wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen bisnis terutama dalam bidang kemitraan, yang selanjutnya untuk memenuhi nilai mata kuliah kerja

praktek, pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Komputer Indonesia.

## 2. Bagi Pihak Perusahaan

Hasil kerja praktek diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang berguna serta dapat menjadi masukan bagi perusahaan.

## 3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan dan bahan referensi tentang informasi komunikasi pemasaran sehingga dapat digunakan sebagai umpan balik bagi kinerja masing-masing.

### **1.4 Lokasi dan Waktu Kerja Praktek**

Adapun Lokasi kerja praktek yang telah penulis laksanakan yaitu pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Kantor Pusat Bandung unit CPS (Commerce And Passanger Tiketing Sales) yang berada di Jl. Perintis Kemerdekaan No. 1, Babakan Ciamis, Sumurbandung, Babakan Ciamis, Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40117.

Sedangkan mengenai waktu pelaksanaan kerja praktek tersebut adalah terhitung mulai dari tanggal 1 Agustus sampai 31 Agustus, jam kerja dari pukul 08.00 s.d. 17.00

