Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan jaman dan teknologi yang semakin pesat juga berdampak pada penggunaan *online shop* di Indonesia yang semakin semarak. Menurut hasil riset dari Statista tahun 2017, diperkirakan bahwa hasil nilai penjualan yang didapatkan dari *online shop* adalah sekitar 7 milyar USD, yang tentunya akan terus meningkat dari tahun ke tahun berikutnya (Bachdar, 2018). Karena itu, banyak aplikasi *online shop* yang mulai bermunculan di Indonesia, termasuk Shopee.

Semenjak peluncuran resmi pada tahun 2015 di Singapura, Shopee menjadi *startup e-commerce* sukses yang juga resmi beroperasi di Indonesia sejak bulan Desember 2015. Shopee Indonesia menawarkan kemudahan dan keamanan berbelanja secara *online* melalui aplikasi di *smartphone*. Meski terbilang muda dalam bisnis *platform* perdagangan elektronik di Indonesia, namun Shopee mampu menyusul kedudukan *platform* perdagangan elektronik lainnya yang sudah ada di Indonesia. Hal ini terbukti dari data bahwa pada tahun 2016, Indonesia telah menyumbang sebesar 40% konstribusi dari bisnis Shopee keseluruhan yang berada di tujuh negara di Asia Tenggara, termasuk Indonesia (Priambada, 2016). Shopee Indonesia juga pernah menerima penghargaan *Indonesian Netizen Brand Choice Award* dalam kategori *online shopping* pada tahun 2017. Sampai pada tahun 2019, sebesar 30% pengguna internet dari total penduduk Indonesia telah mengakses aplikasi Shopee Indonesia (Hermawan, 2019).

	Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1	Shopee	71533300	#1	#1	210300	4215000	16793400	4000+
2	Tokopedia	69800000	#2	#3	387800	1672100	6378200	3000+
3	Bukalapak	37633300	#4	#4	185700	1015800	n/a	2000+
4	Lazada	24400000	#3	#2	385400	1764400	29470600	2000+
5	Blibli	17600000	#5	#5	501200	1073400	8636300	1000+
6	JD ID	6066700	#7	#6	29500	470100	765500	1000+

Gambar 1.1. Peta Persaingan E-Commerce Indonesia
(https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/)

Dalam peta persaingan *e-commerce* di Indonesia tahun 2020 menurut hasil data dari iPrice Insight, Shopee menduduki peringkat pertama sebagai *e-commerce* dengan rata-rata pengunjung *website* bulanan tertinggi di Indonesia, yaitu sebesar 71.533.300 pengunjung. Disusul dengan Tokopedia di peringkat kedua dengan rata-rata pengunjung *website* bulanan sebesar 69.800.000 pengunjung, dan di peringkat ketiga ada Bukalapak dengan rata-rata pengunjung *website* bulanan sebesar 37.633.300 pengunjung. Shopee memiliki keunggulan karena memungkinkan konsumen untuk membeli barang antar negara, juga karena menerapkan konsep *Business to Consumer* (B2C) melalui fitur *Shopee Mall*. Sedangkan Tokopedia memiliki keunggulan karena jumlah produk yang lebih banyak serta jumlah konsumen yang lebih stabil (Sach, 2020).

Dalam aplikasi Shopee, terdapat banyak fitur yang menarik, baik untuk pembeli maupun penjual. Fitur-fitur tersebut seperti *Shopee Live, Shopee Games*, *Shopee Feeds*, dan berbagai voucher, promo, dan *event* Shopee lainnya. Berbagai fitur tersebut membutuhkan desain *banner*, *post, icon*, aset, dan keperluan desain lainnya untuk membuat fitur atau *event* tersebut menjadi lebih menarik. Desain

yang dibuat juga harus sederhana agar mudah dikenali dan dilihat oleh *user*, menjual, juga harus tepat sasaran dan sesuai dengan konsep yang ingin ditampilkan.

Shopee memiliki nilai-nilai yang dianut dalam bekerja bersama-sama membangun bisnis Shopee, yaitu *We Serve*, *We Adapat*, *We Run*, *We Commit*, dan *We Stay Humble.* Sedangkan personalitas yang ingin dibangun Shopee kepada para karyawannya adalah menjadi sederhana dan berintegritas, bersahabat, senang berkumpul dan bersosialisasi, serta mudah bekerja sama dengan berbagai divisi maupun individu dalam lingkup kantor Shopee Indonesia. Dalam keseharian di kantor Shopee Indonesia, para individu maupun *team* dituntut untuk terus mengembangkan potensi masing-masing, serta terus berkarya dan berinovasi. Namun hal tersebut diimbangi dengan berbagai fasilitas yang membuat karyawan menjadi lebih menikmati proses bekerja dan terhibur. (Shopee Karir, 2020)

Oleh karena kemampuan dasar penulis sebagai desainer, serta karena profil, kualitas aplikasi, prestasi dan nilai-nilai yang dianut oleh Shopee itu sendiri, penulis menjadi tertarik untuk merasakan pengalaman bekerja magang sebagai desainer grafis di PT. Shopee International Indonesia di Jakarta Selatan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis memilih PT. Shopee International Indonesia sebagai tempat magang dengan maksud untuk mencari dan mempelajari pengalaman bekerja dalam lingkup perusahaan besar yang berskala nasional dan internasional. Penulis ingin menambah wawasan dan mempelajari mekanisme dalam pekerjaan sebagai desain grafis di dalam perusahaan aplikasi *startup e-commerce,* seperti alur pekerjaan,

pembagian divisi dalam mendesain, tugas-tugas yang diberikan, dan pengalaman serta *tips* dalam membuat desain di dalam aplikasi belanja *online*. Penulis juga ingin menambah relasi dengan orang-orang baru dengan berbagai latar belakang dan kepribadian, serta mengasah kemampuan bekerja sama dengan baik, cepat, dan tepat di dalam sebuah *team*.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada tanggal 15 Januari 2020, penulis mulai melamar magang sebagai desainer grafis di PT. Shopee International Indonesia melalui *e-mail* yang disertai dengan portofolio dan CV. Pada tanggal 22 Januari 2020, penulis mendapat *e-mail* balasan dari *Human Resource Department* (HRD) perusahaan yang bersangkutan. Di dalam *e-mail* tersebut, pihak Shopee menerima pengajuan lamaran penulis dan berhasil terpilih untuk menjadi kandidat pekerja magang di Shopee, dan terdapat juga sebuah soal *test* untuk seleksi, yaitu mendesain *web banner*. Tema untuk *web banner* adalah salah satu hari raya di Indonesia (bebas), dan tenggat waktunya adalah 1x24 jam. Akhirnya penulis memutuskan untuk memilih hari raya terdekat di tanggal itu, yaitu Hari Raya Imlek. Setelah penulis mengirim balik hasil test tersebut kepada HRD Shopee, pada tanggal 27 Januari, terdapat *e-mail* balasan berupa undangan untuk wawancara pada tanggal 29 Januari jam 11 pagi.

Setelah menyelesaikan tahap wawancara, penulis berhasil diterima menjadi pekerja magang di PT. Shopee International Indonesia bagian desainer grafis di departemen *Marketing* dan dapat mulai bekerja tanggal 6 Februari 2020. Perjanjian lamanya kerja magang yang dikontrak adalah tiga bulan, yang akan berakhir pada tanggal 6 Mei 2020. Waktu kerja adalah hari Senin sampai Jumat, mulai dari pukul

09.30 sampai pukul 18.30, dengan rentang waktu istirahat dari pukul 12.00 sampai pukul 14.00. Karyawan Shopee dapat melakukan *Work from Home* jika kondisi sedang sakit atau tidak memungkinkan untuk datang ke kantor. Absen harian untuk pekerja magang di Shopee Indonesia adalah dengan selalu *tapping* kartu identitas Shopee di awal kedatangan dan saat akan pulang. Selain itu, pekerja magang juga diwajibkan mengisi absensi melalui *Google Form* dari Shopee yang akan diberikan pada tanggal 10 tiap bulannya. Absensi tersebut berguna untuk perhitungan gaji pekerja magang, yang akan dikurangi dengan pajak.

Penulis baru mendapatkan surat keterangan penerimaan kerja magang dari pihak Shopee pada tanggal 14 Februari, karena itu, pada tanggal 17 Februari, penulis mengambil cuti untuk menyerahkan surat keterangan tersebut kepada Biro Administrasi Akademik Kemahasiswaan (BAAK) UMN. Selanjutnya, didapatkanlah berkas-berkas (KM) untuk menunjang kegiatan magang, seperti Kartu Kerja Magang, Absensi Harian, Lembar Realisasi Kerja Magang, Lembar Penilaian Kerja Magang, dan Lembar Verifikasi Laporan Kerja Magang. Berdasarkan kesepakatan dengan pembimbing lapangan penulis, penanda tanganan absen harian akan dilakukan tiap akhir minggu. Jadi semua berkas-berkas tersebut akan disimpan oleh penulis dan diberikan kepada pembimbing lapangan tiap akhir minggu atau awal minggu berikutnya untuk meminta tanda tangan.

Dikarenakan adanya kebijakan *Work from Home* akibat wabah COVID-19, mengakibatkan proses penandantanganan berkas-berkas secara manual oleh pembimbing lapangan menjadi sulit dilakukan. Karena itu, penandatanganan dilakukan secara *digital*, dan pemberian berkas-berkas hanya diberikan pada saat

hari kontrak tiga bulan bekerja magang di Shopee berakhir. Pada tanggal 11 Mei 2020, penulis mengirimkan semua berkas yang perlu ditanda tangani oleh pembimbing lapangan (Kartu Kerja Magang, Absensi Harian, Lembar Realisasi Kerja Magang, dan Lembar Penilaian Kerja Magang) melalui *e-mail*, yang kemudian beliau akan mengirim balik berkas yang sudah ditanda tangani.

Selanjutnya, penulis akan mengirimkan kembali berkas yang sudah ditanda tangani tersebut kepada *Human Resouce Department* (HRD) PT. Shopee International Indonesia, untuk meminta cap perusahaan. Penulis juga mendapatkan surat pernyataan bahwa sudah menyelesaikan magang di perusahaan tersebut dalam waktu sekitar seminggu setelah permintaan pembuatan surat. Setelah menyelesaikan laporan untuk sidang magang, penulis kembali mengirimkan kepada pembimbing lapangan yang bersangkutan untuk memeriksa isi laporan, sekaligus meminta tanda tangan beliau untuk Lembar Verifikasi Laporan Magang.