

BAB I

PENDAHULUAN

Dewasa ini, sudah cukup banyak pusat perbelanjaan yang terdapat di berbagai tempat terutama kota-kota besar. Kondisi ini sangat mempermudah masyarakat untuk mengkonsumsi barang hanya dengan memilih gerai apa yang ingin dikunjunginya. Maka dari itu, perusahaan ritel sangat dibutuhkan untuk memuaskan keinginan masyarakat. Industri ritel sangat penting karena mereka adalah kunci terakhir dari suatu proses distribusi. Industri ritel sendiri didefinisikan sebagai penjualan barang eceran yang dijual di berbagai tempat seperti kios, *mall*, pasar, *delivery service*, dan lain sebagainya yang bertujuan untuk memuaskan keinginan konsumen. Industri ritel sendiri dapat muncul akibat perkembangan ekonomi, sosial, dan teknologi. Akibat perkembangan ini, industri ritel yang tadinya bersifat tradisional semakin lama dimodifikasi menjadi ritel yang bersifat modern (Neliti.com, 2010).

Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Ritel Modern Indonesia

TAHUN	NILAI PENJUALAN	PERTUMBUHAN
2015	RP 181 T	8%
2016	RP 205 T	10%
2017	RP 212 T	3,7%
2018	RP 233 T	9%
2019	RP 256 T	10% (PREDIKSI)

SUMBER: APRINDO

VALAS 62.10 EUR/IDR 15,963.50 GBP/IDR 17,889 HKD/IDR 1,812.70 INR/IDR 205.20 JP

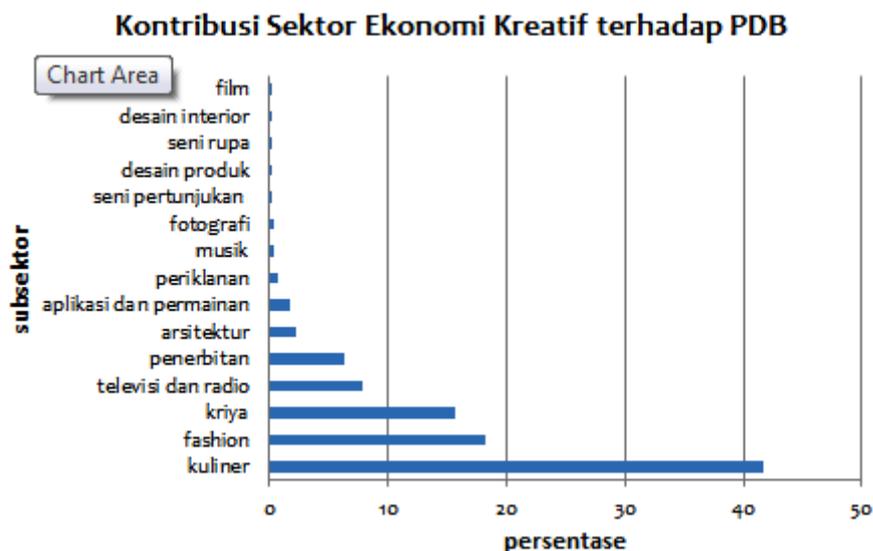
09:56 WIB LANG ELEKTRONIK BISA MENCAPAI RP750 RIBU • JOKOWI TEGASKAN REKONSILI METRO TV

Sumber: Google.com, 2020

Industri ritel modern mulai berkembang di Indonesia sejak gedung Sarinah didirikan tahun 1963 (Kompas, 2020). Pada tahun 1990, muncul bisnis ritel asing pertama di Indonesia yang bergerak dalam bidang *fashion* yaitu SOGO (sogo.co.id). Dalam Kepres no. 99 th 1998, bisnis ritel dikeluarkan dari daftar negatif bagi Penanam Modal Asing. Sejak saat itu, industri ritel modern di

Indonesia semakin lama semakin berkembang dengan nilai pertumbuhan pada tahun 2015-2019 terus meningkat dan mengalami pemuncakan pada tahun 2019 hingga 10% dan nilai penjualan mencapai 257 triliun rupiah. Akibat perkembangan bisnis ritel di Indonesia, bisnis ritel lain mulai bermunculan salah satunya adalah bisnis *fashion retail*.

Gambar 1.2 Kontribusi Sektor Ekonomi Kreatif terhadap PDB



Industri *fashion* adalah industri terbesar kedua di Indonesia setelah sektor kuliner dalam ekonomi kreatif dan selalu membawa gelombang tren baru yang berganti setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian, nilai ekspor dari industri tekstil dan produk tekstil (TPT) mencapai kurang lebih 15,53 miliar dollar pada tahun 2019 yang melebihi dari perkiraan kementerian perindustrian yaitu 15 miliar. Pada tahun yang sama, pertumbuhan industri tekstil dan pakaian mencapai 18,98%, dimana jumlah ini naik secara signifikan dibandingkan tahun 2018 yaitu 8,73%. Akibat perkembangan yang sangat pesat, Menteri Perindustrian mengatakan bahwa industri tekstil dan produk tekstil (TPT) adalah salah satu industri yang diprioritaskan untuk menerapkan industri 4.0 untuk kedepannya (Kemenperin.go.id, 2019). Dapat dikatakan bahwa industri tekstil dan produk tekstil adalah salah satu industri yang menyokong perekonomian di Indonesia. Maka dari itu, banyak perusahaan ritel yang

berlomba-lomba dalam menggaet *brand-brand fashion* luar maupun dalam negeri.

Salah satu perusahaan ritel yang mendatangi *brand-brand fashion* terkenal dari luar negeri adalah Kanmo Retail Group. Kanmo Retail Group adalah sebuah bisnis ritel yang bergerak di bidang *fashion, beverages, dan toys* serta berfokus pada *brand* bayi dengan *target market* masyarakat menengah ke atas. Kanmo Retail Group didirikan pada tahun 2005 yang merupakan salah satu bagian dari K. Aloomall Group. Saat ini Kanmo Retail Group sudah memiliki banyak gerai dari berbagai macam *brand* luar negeri di Indonesia, salah satunya adalah gerai Mothercare yang pertama kali dibuka pada tahun 2008.

Akibat perkembangan industri *fashion* ini, para perusahaan ritel mulai memperluas *target market* yang sebelumnya tidak dapat dicapai dengan cara bergabung ke ranah digital. Perkembangan dalam bidang digital saat ini sedang meningkat sangat intensif dengan perkembangan infrastruktur yang semakin menunjang dari sisi pemerintah dan berbagai perusahaan. Akibat berkembangnya teknologi informasi ini, tentunya akan memunculkan usaha-usaha baru dalam bidang perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Menurut Lantip dan Rianto (2011, p. 4) Teknologi Informasi adalah ilmu pengetahuan berbasis komputer yang memiliki perkembangan sangat pesat.

Gambar 1.3 Indonesia Merajai Sektor E-commerce di ASEAN



Sumber: Barantum.com, 2020

Indonesia merajai sektor *e-commerce* yang melampaui Singapura dan Thailand pada tahun 2014 dengan nilai transaksi 1,1 miliar USD dengan penjualan terbesar yang berpusat di Jawa dan Bali. Oleh karena itu, mulai banyak perusahaan ritel yang menjual produknya melalui *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Zalora, serta menggunakan *website* resmi. COVID-19 juga menjadi salah satu alasan utama perusahaan ritel membuat bisnis *e-commerce* agar usaha dapat tetap berjalan di tengah pandemi (powercommerce.asia, 2020). Salah satu perusahaan *fashion* ritel yang mulai memperkenalkan produknya di *e-commerce* adalah Kanmo Retail Group.

Sebagai salah satu perusahaan *fashion* ritel terbesar di Indonesia, Kanmo Retail Group membutuhkan cukup banyak karyawan untuk menjalankan *e-commerce*. Karena *target market* yang digapai akan semakin luas, Kanmo Retail Group juga harus menjelaskan kegunaan produk-produk yang didatangkan dari luar negeri dengan menggunakan Bahasa Indonesia. Oleh karena itu, Kanmo Retail Group menggunakan kemampuan *copywriter* untuk menerjemahkan produk dari berbagai macam *brand* seperti Mothercare, Justice, ELC, Nespresso, Havaianas, dan masih banyak lagi.

Copy adalah suatu konten berupa kata-kata yang dibuat untuk tujuan pemasaran. *Copy* disini tidak berarti salinan tetapi tulisan atau teks untuk kegiatan pemasaran yang dapat ditemukan dalam halaman web, sosial media, *billboard*, dan lainnya (Projasaweb.com). Menurut Frank Jefkins pada buku yang ditulis oleh Widya Ariyadi (2020, p. 3) *Copywriting* adalah seni penulisan suatu pesan penjualan yang paling persuasif serta dilatarbelakangi *personal selling* yang kuat. Tulisan ini harus mampu menarik perhatian (*attention*), menimbulkan rasa ketertarikan (*interest*), lalu menciptakan suatu keyakinan (*conviction*), dan yang terakhir adalah mendorong orang untuk bertindak. Dengan adanya *copywriter* dalam divisi *e-commerce*, *target market* yang dicapai pun akan semakin luas.

Hubungan pelanggan dengan perusahaan cukup erat dengan salah satu prioritas adalah memuaskan pelanggan. Untuk menjaga hubungan antar pelanggan dan perusahaan, setiap bulan divisi *e-commerce* akan melaksanakan program *sale* serta sistem penjualan *bundling* pada tanggal dan bulan yang sama (11.11, 12.12,

dan lainnya). Produk yang akan dijual pada hari besar ini harus diterjemahkan ke bahasa Indonesia terlebih dahulu agar masyarakat dapat lebih paham dan mengerti apa kegunaan dari produk yang dijual oleh salah satu brand Kanmo Retail Group ini.

Dari uraian di atas, salah satu unsur ketertarikan memilih Kanmo Retail Group sebagai tempat untuk menjalani kegiatan magang adalah Kanmo Retail Group sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia karena menaungi *brand-brand* terkenal dan selalu menggaet *brand* baru (kontan.co.id, 2019). Karena memiliki banyak *brand* dalam satu perusahaan, *intern* juga tertarik untuk mengasah *skill copywriting* dalam Bahasa Inggris agar dapat menambah ilmu dan pengetahuan. Tidak hanya itu, ketertarikan lainnya adalah dapat menambah pengetahuan di bidang *copywriting* dan *fashion industry* yang merupakan kegemaran pribadi.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kerja magang ini, tujuan utama adalah untuk memenuhi mata kuliah wajib yaitu program magang sebagai syarat kelulusan. Selain itu tujuan lainnya adalah:

1. Untuk mengetahui aktivitas *copywriter* dalam Kanmo Retail Group.
2. Untuk mengimplementasikan apa yang sudah dipelajari selama perkuliahan mengenai *copywriting* ke dunia kerja.
3. Untuk mengetahui *digital marketing* yang dijalani oleh Kanmo Retail Group dalam divisi Digital dan Omnichannel.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Hari kerja : Senin - Jumat

Jam kerja : 9.00 - 18.00 WIB

Pelaksanaan kerja magang sudah terhitung dari tanggal 2 September 2020-30 November 2020 dan *intern* bekerja secara *work from home* atau WFH.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang sebagai berikut, yaitu:

1. Proses Perizinan Tempat Kerja Magang

Mendapatkan perizinan untuk tempat kerja magang dengan cara mengajukan formulir Kerja Magang 1 (KM-01) sebagai acuan surat kerja magang. Kemudian akan ditandatangani oleh Ketua Program Studi untuk mendapatkan formulir Kerja Magang 2 (KM-02) yang akan diberikan ke perusahaan sebagai surat pengantar magang.

2. Pengajuan Izin Kerja Magang

- a. Mencari perusahaan yang bergerak di bidang *fashion* lalu mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan *Cover Letter* melalui *email* ke perusahaan-perusahaan tersebut (salah satunya adalah Kanmo Group). Beberapa hari setelahnya, Kanmo Group membalas *email* yang dikirim oleh HRD untuk melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu wawancara.
- b. Wawancara via Microsoft Teams dengan HRD. Setelah melakukan proses wawancara, HRD akan menghubungi *user* untuk wawancara tahap selanjutnya.
- c. Wawancara tahap kedua bersama *user* via Microsoft Teams. *User* memberi tugas yang harus dikumpulkan sehari setelah wawancara dengan *user* berlangsung.
- d. Setelah tugas diselesaikan, HRD menghubungi kembali untuk penerimaan kerja magang.
- e. Beberapa hari kemudian HRD memberikan laptop kerja dan Surat Kontrak Kerja Magang yang akan diberikan ke kampus.

3. Formulir Kerja Magang

Setelah mengisi formulir Kerja Magang 3 (KM-03) di My UMN, KM-04 sampai KM-07 akan diberikan dan ditandatangani oleh pembimbing lapangan saat bekerja di Kanmo Group.

4. Pelaksanaan Kerja Magang

a. Pelaksanaan kerja magang selama 3 bulan mulai dari 31 Agustus 2020 sampai 30 November 2020. Pekerjaan selama magang yaitu sebagai *copywriter* dalam divisi Digital dan Omnichannel. Untuk minggu pertama, diberikan pengenalan terhadap pekerjaan yang akan dijalani dengan menerjemahkan beberapa *copy*. Pekerjaan ini diberikan agar dapat beradaptasi dalam menerjemahkan *copy* yang akan diberikan nantinya.

b. Pembimbing lapangan atau *user* bernama Oiyinn Lai selaku *General Manager* dari divisi Digital dan Omnichannel.

5. Pembuatan Laporan

Laporan akan dibuat untuk mengetahui pekerjaan yang dikerjakan dan apa yang dapat dipelajari selama praktek kerja magang di Kanmo Group.