

# BAB I

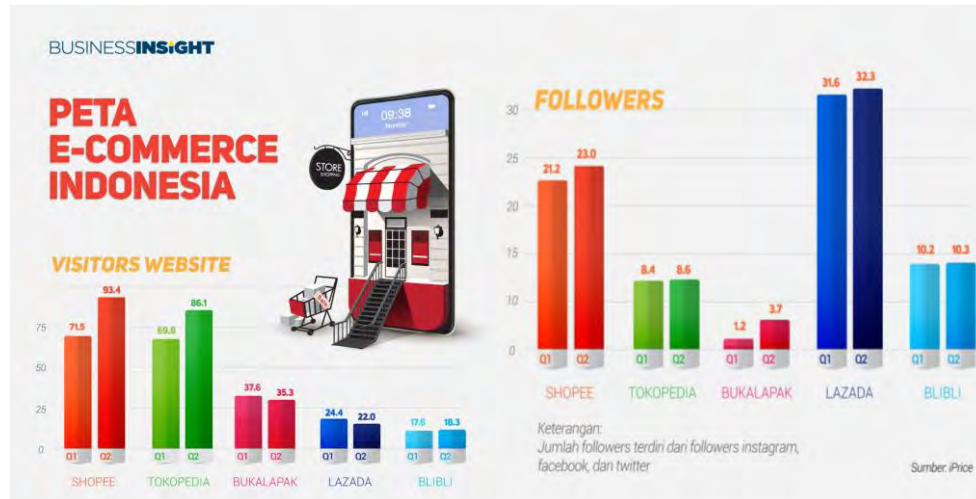
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Persaingan *e-commerce* di Indonesia semakin meningkat. Hal ini juga tentu dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat. Berdasarkan data dari GlobalWebIndex, Indonesia merupakan negara dengan tingkat adopsi *e-commerce* tertinggi di dunia pada 2019. Sebanyak 90% dari pengguna internet yang berusia 16 hingga 64 tahun di Indonesia pernah melakukan transaksi atau pembelian produk dan jasa secara *online* di *e-commerce* (dikutip dari <https://datareportal.com/reports/digital-2019-ecommerce-in-indonesia> ). Maka dari itu masing-masing *e-commerce* di Indonesia berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik dan menempati posisi teratas.

Dilansir dari Sirclo, Indonesia memiliki 5 *marketplace* besar yang dimana jika dilihat dari jumlah pengunjung bulanannya di kuartal ke-2 tahun 2020, Shopee merupakan *e-commerce* yang menempati posisi pertama dengan jumlah pengunjung sebesar 93,4 juta. *E-commerce* asal Singapura ini berhasil menggeser Tokopedia, *e-commerce* lokal asal Indonesia yang mempunyai jumlah pengunjung 86,1 juta (dikutip dari <https://www.sirclo.com/menilik-tren-perkembangan-e-commerce-indonesia-di-2020/>)

Gambar 1.1 Grafik pengunjung *website e-commerce*



Sumber : [www.insight.kontan.co.id](http://www.insight.kontan.co.id)

Shopee sendiri merupakan *marketplace* yang hadir dalam bentuk aplikasi. Jadi melalui aplikasi tersebut, penjual dan pembeli dapat terhubung dan melakukan transaksi dengan aman. Akan tetapi dalam menempati peringkat pertama dan menjadi *e-commerce* yang paling unggul, tentu saja akan ada banyak sekali strategi marketing yang harus Shopee lakukan untuk menarik minat konsumen agar menggunakan aplikasi *e-commerce* mereka. *Chief Executive Officer* Shopee, Chris Feng mengatakan bahwa di aplikasi Shopee selain melakukan transaksi, ada juga fitur yang dimana memberikan fasilitas ke sesama pengguna untuk menjalin komunikasi dan berinteraksi. Selain itu juga aplikasi Shopee memberikan berbagai fitur menarik seperti *games* untuk menghibur penggunanya.

Salah satu fitur menarik yang dimiliki Shopee adalah fitur Shopee Live. Shopee Live sendiri merupakan media promosi yang memberikan cara baru kepada para *brand* dalam menjual, menawarkan dan mempromosikan produknya. Dengan Shopee Live, *brand* bisa berjualan sekaligus berinteraksi secara langsung dengan para pembeli melalui sebuah sesi *live streaming* di aplikasi Shopee. Hal ini membuat Shopee Live banyak bekerja sama dengan *brand* dalam meningkatkan penggunaan *platform* mereka. Sehingga di Shopee Live sendiri terdapat divisi yang

dimana bertugas khusus untuk mengelola, berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan *brand* dalam meningkatkan penggunaan serta *performance* mereka di Shopee Live. Divisi ini dinamakan divisi *Brand Management*.

Didalam divisi *Brand Management*, dalam pengelolaan brand dilakukan menggunakan *lobbying* dan *negotiation*. Sehingga hal ini memerlukan orang-orang yang mempunyai skill interpersonal communication khususnya dalam *lobbying* dan *negotiation* dalam menjalankan tugas. Divisi ini memegang peran yang sangat penting. Hal ini dikarenakan performa berpengaruh terhadap perkembangan Shopee. Sehingga jika semakin banyak *brand* yang bekerja sama dengan Shopee Live dan semakin bagus *performance* mereka, maka hal ini dapat membuat Shopee Live bertumbuh dan berkembang menjadi *platform* yang semakin besar.

Hal ini membuat penulis tertarik untuk menjalankan praktik kerja magang di Shopee Live, karena penulis dapat mengimplementasikan *skill interpersonal communication*, khususnya di *lobbying* dan *negotiation*. Selain itu juga, kegiatan praktik kerja magang ini bisa membantu penulis untuk mendapatkan pengalaman dan pembelajaran baru tentang *interpersonal communication* yang pasti nantinya akan bermanfaat saat penulis terjun ke dalam dunia kerja.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan penulis melakukan kegiatan magang di PT Shopee International Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui peran *brand management* di Shopee Live
2. Mendapat pengalaman dalam menangani *brand* di Shopee Live

3. Mampu melakukan dan mengimplementasikan *skill interpersonal communication* khususnya dalam *lobbying* dan *negotiation* penulis Shopee Live

### **1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis mulai melakukan kegiatan magang di PT Shopee International Indonesia selama 70 hari terhitung sejak tanggal 14 Agustus 2020 sampai dengan 18 November 2020 yang bertempat di Sopo Del Tower, Jl Mega Kuningan Barat III No. 1-6, Kuningan, Jakarta Selatan. Penulis melaksanakan praktek kerja magang secara *work from home* dan *work from office*. Selama kegiatan kerja magang berlangsung, penulis mengikuti dan menaati jam kerja kantor yang masuk pada pukul 09.30 WIB dan pulang pada pukul 18.30 WIB, tetapi dapat disesuaikan yang memungkinkan melebihi jam kerja seharusnya.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Sebelum melakukan kegiatan magang, penulis sudah mengikuti prosedur yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Berikut ini merupakan tahapan-tahapan yang telah diikuti oleh penulis :

1. Memenuhi persyaratan akademik
  - a. Terdaftar sebagai mahasiswa aktif di Universitas Multimedia Nusantara
  - b. Telah lulus sekurang-kurangnya 110 SKS dengan nilai D maksimal 2 mata kuliah

- c. Telah lulus sekurang-kurangnya 75% mata kuliah konsentrasi
  - d. Nilai IPK pada semester yang telah ditempuh tidak kurang dari 2.00
  - e. Tidak ada nilai E maupun F untuk semua mata kuliah
2. Mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang (form KM-01) sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditujukan kepada perusahaan yang dimaksud dengan ditandatangani oleh Ketua Program Studi dan formulir KM-01 dan formulir KM-02 dapat diperoleh dari program studi. Surat pengantar harus dilegalisir oleh Ketua Program Studi
  3. Membuat dan mengirimkan surat lamaran magang kepada perusahaan tempat kerja magang beserta surat pengantar kerja magang yang telah dilegalisir
  4. Mendapatkan surat konfirmasi atas penerimaan kerja magang dari perusahaan yang kemudian ditukarkan dengan Kartu Kerja Magang, Formulir Kehadiran Kerja Magang, Formulir Realisasi Kerja Magang dan Formulir Laporan Penilaian Kerja Magang.

Selama 3 bulan melakukan proses praktek kerja magang dalam divisi *brand management*, penulis berada dibawah pimpinan Dewi Rachmawati selaku *lead* dari team *brand management*. Setiap harinya penulis tidak hanya melakukan satu pekerjaan saja, akan tetapi juga melakukan aktivitas lain untuk penulis jadikan pembelajaran dan pengalaman. Dalam kegiatan sehari-hari penulis membantu untuk memenuhi kebutuhan *brand* yang berhubungan dengan Shopee Live, mempertahankan dan meningkatkan performa *brand* di Shopee Live, mempersiapkan kebutuhan sebuah *project*, menganalisa hasil dari sebuah *project*

sebagai sebuah masukan untuk *project* selanjutnya, *daily checking* performa *live stream brand* di Shopee Live.

Setelah selesai melakukan kegiatan kerja magang, penulis wajib melakukan konsultasi minimal 4 kali pertemuan dengan dosen pembimbing magang yaitu Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si untuk penyusunan laporan kerja magang yang berisi mengenai kegiatan sehari-hari penulis pada saat menjalankan kegiatan magang di PT. Shopee International Indonesia. Setelah itu penulis akan mempresentasikan laporan kerja magang dalam sidang magang dan dilanjutkan dengan melakukan revisi jika diperlukan. Hasil salinan laporan yang telah direvisi akan diserahkan kepada PT Shopee International Indonesia.