

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Virus Corona yang diumumkan pada tanggal 11 Maret 2020 sebagai salah satu virus yang telah mewabah hampir di seluruh dunia. Berbagai kasus kematian telah diakibatkan oleh virus ini yang dapat menyerang manusia, baik itu anak-anak, remaja, dewasa, maupun lansia. Wabah yang awalnya berasal dari Cina berhasil masuk ke beberapa negara dan kemudian terus menyebar dikarenakan adanya interaksi fisik antara yang terinfeksi dan yang sehat dari negara yang berbeda. Informasi yang kurang terhadap virus baru ini yang membuat orang-orang kurang berhati-hati yang mempermudah penyebarannya. (Kompas.com)

Keadaan di luar prediksi berupa wabah penyakit covid-19 telah memberikan dampak serta pengaruh terhadap berbagai sektor. Perkembangan virus dengan cepat menyebar luas di seluruh dunia. Setiap hari data di dunia mengabarkan bertambahnya cakupan dan dampak Covid-19 (Khasanah, et., al., 2020).

Berdasarkan data kementerian RI tanggal 7 Maret 2021, jumlah kasus positif corona yang terjadi hingga saat ini adalah berjumlah 1.379.662 kasus. Dengan angka yang sebesar itu tidak heran apabila corona berhasil menggemparkan seluruh Indonesia. Selain angka kasus positif corona, orang yang telah berhasil sembuh dari Corona juga tidak kalah banyak yang berjumlah 1.194.656 orang dan orang yang terkonfirmasi meninggal sebanyak 37.266 orang (Liputan 6.com)

Tabel 1.1. Jumlah Kasus Corona di Indonesia per 7 Maret 2021



Sumber : Kementerian Kesehatan RI

Provinsi-provinsi di Indonesia yang tercatat paling banyak teridentifikasi kasus Corona nya adalah Provinsi DKI Jakarta dan Provinsi Jawa Barat. Provinsi DKI Jakarta yang menjadi salah satu kota yang memiliki jumlah penduduk terbanyak memudahkan penyebaran virus Corona itu sendiri. Hingga tanggal 7 Maret 2021, total kasus penderita virus Corona di Provinsi DKI Jakarta berjumlah 348.591 kasus dan pada Provinsi Jawa Barat berjumlah 221.034 kasus (Kabar24.bisnis.com)

Tabel 1.2 Sebaran Kasus Corona di 34 Provinsi per 7 Maret 2021

LAPORAN MEDIA HARIAN COVID-19 TANGGAL 7 MARET 2021 PUKUL 12.00 WIB

data dapat berubah sesuai hasil verifikasi

NO.	PROVINSI	JUMLAH KASUS TANGGAL 7 MARET 2021			JUMLAH KASUS SEMBUH			JUMLAH KASUS MENINGGAL		
		S/D 6 MARET 2021	7 MARET 2021	KASUS KUMULATIF	S/D 6 MARET 2021	7 MARET 2021	KUM	S/D 6 MARET 2021	7 MARET 2021	KUM
1	ACEH	9605	4	9609	7894	0	7894	387	0	387
2	SUMATERA UTARA	25251	78	25329	21877	88	21965	854	2	856
3	SUMATERA BARAT	29646	60	29706	27982	40	28022	654	0	654
4	RIAU	31905	134	32039	30166	100	30266	778	3	781
5	JAMB	5611	20	5631	4452	27	4479	85	1	86
6	SUMATERA SELATAN	16238	65	16303	14474	36	14510	782	5	787
7	BENGKULU	5017	10	5027	4662	10	4672	147	2	149
8	LAMPUNG	12859	48	12907	11333	51	11384	670	0	670
9	BANGKA BELITUNG	7618	37	7655	6989	56	7045	113	3	116
10	KEPULAUAN RIAU	8774	13	8787	8394	17	8411	220	0	220
11	DKI JAKARTA	348591	1834	350425	335545	1826	337371	5756	45	5801
12	JAWA BARAT	221034	1366	222400	182453	538	182991	2515	2	2517
13	JAWA TENGAH	157343	395	157738	107156	575	107731	6743	1	6744
14	DI YOGYAKARTA	28838	149	28987	23099	105	23204	703	4	707
15	JAWA TIMUR	131843	328	132171	119644	430	120074	9277	18	9295
16	BANTEN	30205	12	30217	23363	11	23174	627	1	628
17	BALI	35380	147	35527	32483	216	32699	971	2	973
18	NUSA TENGGARA BARAT	8854	16	8870	7196	1	7197	345	0	345
19	NUSA TENGGARA TIMUR	9928	43	9971	7618	55	7673	280	2	282
20	KALIMANTAN BARAT	4839	67	4906	4334	20	4354	33	0	33
21	KALIMANTAN TENGAH	14445	118	14563	12810	44	12854	368	2	370
22	KALIMANTAN SELATAN	22944	196	23140	20147	105	20252	748	2	750
23	KALIMANTAN TIMUR	57688	351	58039	49896	402	50298	1344	9	1353
24	KALIMANTAN UTARA	10038	29	10067	7802	11	7813	152	2	154
25	SULAWESI UTARA	15103	32	15135	12030	1	12031	498	0	498
26	SULAWESI TENGAH	10323	38	10361	8491	16	8507	261	1	264
27	SULAWESI SELATAN	57337	190	57527	53251	152	53403	873	1	874
28	SULAWESI TENGGARA	10093	5	10098	9385	0	9385	200	0	200
29	GORONTALO	4864	2	4866	4435	0	4435	137	1	138
30	SULAWESI BARAT	5289	7	5296	4271	11	4302	108	1	109
31	MALUKU	7116	2	7118	6319	101	6420	105	0	105
32	MALUKU UTARA	4052	10	4062	3455	0	3455	113	0	113
33	PAPUA	17560	5	17565	9360	38	9398	179	2	181
34	PAPUA BARAT	7615	15	7630	6944	43	6987	126	0	126
	Dalam Proses Verifikasi di Lapangan	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	TOTAL	1373836	5826	1379662	1189510	5146	1194656	37154	112	37266

Sumber Data : Kementerian Kesehatan RI

Sumber : Kementerian Kesehatan RI

Menurut Achmad Yurianto, selaku juru bicara dalam kasus penanganan COVID- 19 di Indonesia, pertanggal 14 Juni 2020 kasus COVID-19 di Indonesia mencapai 38.277 kasus positif, 2.134 kasus meninggal serta 14.531 kasus pasien sembuh (Thomas, 2020).

Pada kuartal 1 2020, ekonomi Indonesia sudah jatuh ke 2,9% dari biasanya di atas 5%. Presiden Joko Widodo (Jokowi), mengatakan ekonomi Indonesia masih lebih baik dari banyak negara yang sudah tumbuh minus bahkan resesi. Menteri Keuangan, Sri Mulyani Indrawati, mengatakan skenario terberat dari ekonomi Indonesia di tahun ini adalah tumbuh minus 0,4%. Skenario terberat ini dikarenakan lamanya pandemi terjadi,

sehingga aktivitas ekonomi menjadi tidak normal (Adinda, 2020). Dampak dari pandemi COVID-19 ini juga berimbas ke berbagai negara mitra dagang Indonesia. Pada triwulan pertama 2020 ini pertumbuhan ekonomi di sejumlah negara mitra dagang Indonesia tumbuh negatif: Singapura -2,2, Hongkong -8,9, Uni Eropa -2,7 dan China mengalami penurunan sampai minus 6,8. Beberapa negara masih tumbuh positif namun menurun bila dibandingkan dengan kuartal sebelumnya. Amerika Serikat turun dari 2,3 menjadi 0,3, Korea Selatan dari 2,3 menjadi 1,3 dan Vietnam dari 6,8 menjadi 3,8 (Jatmiko, 2020).

Selain memberikan dampak berupa kematian, Corona dapat mempengaruhi perindustrian. Penyebaran virus yang banyak dan cepat pada dua provinsi tersebut menyebabkan terhambatnya seluruh kegiatan seperti kegiatan belajar mengajar, pengobatan dan yang lainnya. Rudianto (2009) menyatakan bahwa penjualan merupakan sebuah aktivitas yang mengakibatkan arus barang keluar perusahaan sehingga perusahaan memperoleh penerimaan uang dari pelanggan.

Kegiatan pada perusahaan yang bergerak pada bidang manufaktur juga terdampak karena kasus Corona ini. Sulitnya untuk mendapatkan bahan baku produksi akan mempengaruhi kegiatan produksi pada perusahaan tersebut. Sulitnya mendapatkan bahan baku berakibat pula pada pelaku usaha yang kecil hingga menengah berupaya mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya terhadap bahan baku yang dibutuhkan perusahaan besar. Penurunan kegiatan produksi sebuah perusahaan dapat menyebabkan kerugian pada perusahaan maupun orang lain yang bersangkutan langsung dengan perusahaan.

Suni (2020) mengemukakan Peningkatan kasus Covid-19 tergolong sangat cepat dan signifikan. Sejak tanggal 30 Januari 2020 WHO menetapkan status Covid-19 sebagai Public Health Emergency of International Concern (PHEIC). WHO menilai risiko terjadinya penularan Covid-19 pada tingkat global sudah masuk dalam kategori tinggi sehingga memerlukan respon internasional yang terkoordinasi dan upaya antisipasi dari seluruh dunia. Letak geografis Indonesia yang berbatasan langsung dengan beberapa negara yang terdampak penyebaran virus Covid-19 serta perkembangan globalisasi dan semakin lancarnya lalu lintas antarnegara.

Berpengaruhnya kegiatan ekonomi baik disemua sektor bukan karena virus Covid-19 sebagai objeknya, tetapi peraturan yang terkait dengan virus Covid-19 dalam bentuk

pembatasan hubungan sosial (social distancing) maupun PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang menyebabkan sektor bisnis harus lumpuh sementara waktu (bagi pekerjaan yang tidak dapat dilakukan di rumah) karena hanya beberapa unit bisnis saja yang boleh berjalan selama PSBB. PSBB sendiri merupakan kebijakan yang diambil oleh Kepala Pemerintahan dalam suatu negara karena kondisi dunia saat ini akibat wabah Covid-19 telah ditetapkan berstatus Pandemi.

Bagi perusahaan yang menjalankan unit usaha dalam bidang produksi, hal ini menjadi kendala apabila dikerjakan dari rumah. Kondisi pandemi memukul perekonomian dari semua sektor tidak terkecuali sektor produksi. Namun tidak dipungkiri bahwa biaya operasional tetap berjalan bagaimanapun kondisinya. Perusahaan harus berupaya semaksimal mungkin agar dapat bertahan dalam kondisi pandemi yang serba tidak pasti. Penjualan menjadi kunci utama agar perusahaan mampu menutupi biaya operasional yang timbul.

Sebagai akibat penyerangan virus Corona, banyak jalur transportasi ditutup untuk mengurangi dampak yang terjadi. Tidak hanya jalur transportasi lokal, transportasi internasional pernah diharuskan untuk tutup beberapa saat. Jalur transportasi internasional selama ini sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menopang perekonomian Indonesia, ekspor impor yang tidak berjalan lagi akan mengurangi pemasukan negara. Selain itu, usaha-usaha kecil, menengah maupun yang lebih tinggi yang memanfaatkan bahan baku impor akan terganggu. Bahan baku yang tidak dapat diimpor nyata nya mengganggu harga dari bahan baku tersebut dan tingkat produksi suatu barang (Kompas.com)

Permasalahan kelangkaan sudah semestinya diwaspadai dan harus segera ditindaklanjuti. Kelangkaan inilah yang akan menjadi masalah besar bagi beberapa perusahaan kecil maupun besar. Transportasi udara dan laut tidak memungkinkan untuk mengantarkan bahan baku impor setiap saat karena prosedur pencegahan tersebarnya virus Corona. Dengan terhambatnya masuknya bahan baku ke Indonesia, perusahaan akan berusaha mencari pengganti sesaat.

Virus Corona ternyata tidak hanya memberikan efek negatif bagi suatu perusahaan, namun juga dapat memberikan efek positif bagi penyedia bahan baku yang semakin lama akan semakin langka. Peluang inilah yang digunakan oleh penjual yang menginginkan keuntungan lebih. Harga yang ditawarkan bervariasi, yang tentunya harga nya diatas harga normal.

Perusahaan yang membutuhkan bahan baku untuk keperluan produksi tidak punya pilihan lain untuk membelinya atau akan membuat perusahaan menutup usahanya.

Sebuah penelitian menyebutkan bahwa pada masa pandemi covid-19 konsumen memutuskan untuk membeli produk secara signifikan dipengaruhi oleh kecemasan antisipatif kenaikan barang, kawanan atau kelompok dan terhasutnya paparan media atau rumor akan kelangkaan barang (Widyastuti, 2020).

Kelangkaan bahan baku yang digunakan beberapa perusahaan kecil untuk mendongkrak penjualan dengan menaikkan harga memiliki pengaruh pula terhadap tingkat produksi perusahaan yang membutuhkan bahan baku. Sebagaimana yang diketahui, apabila sebuah perusahaan tidak dapat memasok bahan baku yang dimana sebagai bahan utama produksi, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan gagal mempertahankan usaha. Terlebih lagi, di saat masa pandemi ini, perusahaan telah disulitkan dengan masalah pendapatan atau omset perusahaan. Oleh karena itu adanya alternatif baru untuk belanja via online ataupun social media (Liputan 6.com)



Gambar 1.1. Marketplace Pilihan UMKM

Sumber: Katadata Insight Center (KIC)

Menurut global data, beberapa tren baru utama yang muncul setelah pandemi covid- 19 termasuk perubahan penggunaan e-commerce yang masif, peningkatan belanja di one stop shop retailers, dan percepatan dalam membeli penawaran produk lokal (Analytics,2020).

Indonesia telah menjadi pengguna sosial media terbanyak dan menjadi rumah bagi banyak start up di asia tenggara. Maka tidak mengherankan jika sekarang para konsumen berpindah ke media digital dan e-commerce. Sebanyak 37% responden dari sebuah studi mengatakan bahwa mereka mendownload satu atau lebih aplikasi e-commerce baru dalam 2 minggu pertama sejak diberlakukan social distancing dan para konsumen menghabiskan waktu mereka untuk bersosial media (Dahiya, Kapil & Potia, 2020).

Demi menghindari kontak fisik konsumen juga lebih memilih untuk berbelanja online. Hal ini ditunjukkan dengan penggunaan e-wallet melalui aplikasi belanja online yang melonjak hingga 300 persen (Fatoni et al., 2020).



Gambar 1.2. E-Commerce tumbuh di tengah pandemic Covid-19

Sumber: katadata.co.id

Pada tanggal 15 Maret 2020 Jumlah Kunjungan Masyarakat ke Pusat Perbelanjaan (Mall) di Jakarta mengalami penurunan dikarenakan masyarakat beralih ke belanja online. Minat belanja masyarakat yang telah beralih ke ruang digital membuka peluang baru bagi

bisnis perbankan, finansial, dan servis keuangan lainnya. Beberapa platform jual beli online menganjurkan pembeli dan penjual untuk bertransaksi secara cashless dengan memanfaatkan ruang digital untuk melakukan promosi kepada pengguna loyal, atau bahkan menjangkau pengguna baru.

Head of Business Development Akulaku Silvr Indonesia, Yudhistira Luntungan menilai kesempatan harus ditangkap para pelapak online (merchants) untuk meningkatkan penjualan. Pandemi memberikan kesempatan yang lebih baik bagi merchants, karena pola belanja konsumen sekarang terdorong menjadi serba online.

Sebuah survei baru-baru ini dari Prosper Insight and Analytics menemukan bahwa 71% konsumen mengatakan mereka melakukan social distancing dan bahkan lebih banyak lagi menyesuaikan perilaku mereka, apakah itu berbelanja lebih sedikit di toko offline, persediaan bahan makanan dan barang-barang rumah tangga, atau memindahkan kehidupan sosial mereka online dengan tujuan untuk melindungi diri mereka sendiri dan keluarga mereka (Cullen, 2020)

Pertumbuhan e-commerce di Asia Tenggara dan Taiwan telah menciptakan peluang baru bagi para penjual, UMKM, dan mitra brand. Tren ini tercermin di Shopee, di mana jumlah penjual di meningkat 60 persen dari tahun ke tahun. Hal ini telah menciptakan keragaman yang lebih besar dalam cakupan e-commerce di regional (Medcom.id)

Di sisi lain, Menteri Perdagangan (Mendag) Agus Suparmanto mengatakan e-commerce menjadi salah satu solusi untuk mengatasi dampak ekonomi akibat pandemi covid-19. Dirinya pun mengajak para pemangku kepentingan di bidang ini tetap optimistis dan terus bersinergi dalam menjaga roda perdagangan agar tetap maju (Medcom.id)

Berdasarkan penjabaran diatas, dapat terlihat bahwa meningkatnya harga bahan baku akibat kelangkaan memberikan dampak negatif bagi perusahaan. Masalah ini juga terjadi pada Toko Sprei Mawar Pekalongan yang dimana bahan baku yang dibutuhkan untuk produksi berasal dari bahan impor dan terdapat pengaruh positif dimasa pandemic ini dikarenakan penjualan via online lebih diminati oleh masyarakat. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti apakah kesulitan mendapatkan bahan baku akan membuat tingkat produksi Toko Sprei Mawar Pekalongan menurun di tengah masa pandemi COVID-19 ini dan mengetahui

penggunaan social media dan marketplace pada penjualan online. Penulis memberikan judul penelitian **“Penggunaan Social Media dan Marketplace pada Penjualan Toko Sprei Mawar Pekalongan”**

Penulis sebagai mahasiswa tingkat akhir mendapatkan kesempatan untuk melakukan praktek kerja magang di Toko Sprei Mawar Pekalongan divisi marketing untuk mengetahui lebih dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan di dalam strategi pemasaran. Maka dengan demikian penulis diharapkan bisa mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan selama masa perkuliahan baik dalam hal teori maupun praktek ke dunia nyata.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan program kerja magang ini bermaksud untuk mengembangkan pengetahuan yang telah didapat sebelumnya selama perkuliahan dan mengaplikasikannya terhadap lingkungan kerja guna mendapatkan pengalaman dan pemahaman secara nyata didalam dunia kerja.

Sedangkan tujuan dari praktek kerja magang bagi penulis sebagai berikut:

1. Untuk menerapkan seluruh teori yang telah didapatkan selama perkuliahan kedalam praktek kerja magang
2. Untuk mendapatkan pengalaman dan pemahaman secara nyata dalam pekerjaan
3. Untuk membiasakan diri dalam bekerja sebagai individu maupun tim
4. Sebagai salah satu syarat kelulusan Universitas Multimedia Nusantara

1.3. Waktu dan Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Praktek kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis sesuai dengan ketentuan dari program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yaitu 60 hari kerja dalam melakukan praktek kerja magang. Pelaksanaan kerja magang sebagai berikut:

Nama Perusahaan : Toko Sprei Mawar Pekalongan

Alamat Perusahaan : Jl. Jeruk No. 45 Sampangan, Pekalongan Timur, Jawa Tengah, 51123

No Telepon 082313344955

Periode Kerja Magang : 20 Januari 2021 – 20 April 2021

Waktu Kerja Magang : Senin – Sabtu *Work Form Office/Work From Home*
09.00-17.00

Posisi Magang : *Social Media Administration*

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Prosedur yang dilakukan penulis untuk mengikuti kerja magang di Toko Sprei Mawar Pekalongan antara lain:

- a. Mengajukan CV dan *Cover Letter* kepada Toko Sprei Mawar Pekalongan
- b. Melakukan interview dengan manager Toko Sprei Mawar Pekalongan setelah menerima pemberitahuan dari perusahaan
- c. Menerima konfirmasi penerimaan magang dari Toko Sprei Mawar Pekalongan
- d. Mengajukan formulir KM-02 dengan mengisi formulir KM-01 untuk diberikan ke perusahaan sebagai surat pengantar magang yang dilengkapi dengan tanda tangan ketua prodi manajemen
- e. Memberikan surat pengantar kerja magang dari Universitas Multimedia Nusantara kepada Toko Sprei Mawar Pekalongan
- f. Memberikan surat penerimaan kerja magang dari Toko Sprei Mawar Pekalongan kepada Universitas Multimedia Nusantara
- g. Melaksanakan praktek kerja magang dari tanggal 20 Januari 2021 – 20 April 2021

- h. Mengisi kelengkapan dokumen kerja magang seperti kartu kerja magang, absensi kehadiran, laporan realisasi kerja magang, dan lembar verifikasi laporan kerja magang
- i. Melakukan bimbingan magang dengan dosen pembimbing
- j. Menyusun laporan magang
- k. Sidang kerja magang

1.4. Sistematika Penulisan Laporan Magang

Penulisan laporan kerja magang terdiri dari 4 bab dan mengikuti prosedur sistematika penulisan yang telah ditetapkan dalam buku panduan magang, dimana antara satu bab dengan bab yang lainnya terdapat keterkaitan yang erat. Sistematika penulisan laporan kerja magang adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis membahas mengenai latar belakang dilakukannya kerja magang, maksud dan tujuan penulis melakukan praktek kerja magang, waktu pelaksanaan kerja magang, prosedur kerja magang, dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

2. BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis membahas tentang gambaran perusahaan mengenai sejarah singkat perusahaan, logo perusahaan, visi dan misi perusahaan, dan stuktur organisasi yang terdapat pada perusahaan tempat praktik kerja magang. Di dalam bab ini juga akan terdapat teori – teori yang akan menjadi landasan pemikiran yang berkaitan dengan laporan magang yang ditulis.

3. BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini, penulis menjelaskan mengenai posisi penulis dalam praktik kerja magang, menjelaskan pekerjaan yang dilakukan selama 90 hari dalam praktik kerja magang, kendala yang dialami penulis selama melakukan praktik kerja magang, dan

memberikan solusi atas kendala yang didapatkan penulis selama melakukan praktik kerja magang.

4. BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis membahas mengenai kesimpulan yang penulis dapatkan selama melaksanakan praktek kerja magang di Toko Sprei Mawar Pekalongan serta memberikan masukan berupa saran kepada perusahaan yang diharapkan bermanfaat untuk pengembangan perusahaan dimasa yang akan datang.