



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1. Kedudukan dalam Kerja Magang

Ketika melaksanakan kerja magang, penulis memiliki kedudukan sebagai *marketing live stream* dalam divisi *Marketing – Live Stream*. Tugas utama yang dilakukan penulis adalah mengatur partisipasi *seller* dalam *live stream*, memberi saran promosi melalui komunikasi pemasaran yang baik, melakukan membantu melaporkan terkait isu *live stream* kepada *customer service*, dan memberikan evaluasi dan strategi untuk meningkatkan performa *seller*. Dalam praktik kerja magang, penulis dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari terutama untuk mata kuliah *marketing communication*, *interpersonal communication*, dan *account planning*. Selama menjalani proses kerja magang, Penulis dibimbing oleh Henry Sutjiono sebagai *supervisor*. Henry menjabat sebagai *leader seller management* di dalam divisi *marketing – live stream*. Secara spesifik di dalam divisi Live Stream, Henry membawahi beberapa *Shopee Live Advisor (SLA)* yang khusus melayani *seller streamer*. Penulis menjadi *marketing live stream* dibawah Irfan dan Christian. Adapun *seller streamer* sendiri adalah penjual yang mempromosikan serta menjual produknya melalui *Shopee Live*.

Adapun alur koordinasi di dalam divisi *marketing – live stream* dibagi menjadi 4 (empat) sesuai dengan *tier seller* yang dipegang oleh masing-masing penulis yang terdiri dari *Daily Basis*, *Short Tail (ST)*, *mid tail (MT)*, dan *seller streamer Program (SPP)*. Penulis bertanggungjawab kepada tier *Short Tail (ST)* yaitu *seller* dengan rata-rata penjualan paling banyak dibeli pada saat *streaming* melalui *Shopee Live*. Didominasi dengan tugas individu, Penulis bertanggungjawab atas 50 (lima puluh) *sellers*. Koordinasi diawali dengan pemberian arahan oleh *supervisor* seputar hal-hal apa saja yang harus dikerjakan. Lalu, penulis mulai untuk menggarap tugas yang diberikan dengan teliti. Ketika merasa kesulitan penulis dapat meminta bantuan kepada *supervisor*. Selanjutnya, ketika tugas telah selesai penulis mengirimkan hasil untuk dievaluasi oleh

*supervisor*. Jika terdapat kekurangan, maka penulis harus melakukan revisi atas tugas yang diberikan.

### **3.2. Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang**

#### **3.2.1 Tugas Kerja Magang**

Sebagai *marketing live stream* yang diawasi oleh Henry Sutjiono sebagai *leader seller management* di divisi *live stream*, penulis memiliki tugas dalam melaksanakan kerja magang diantaranya, mengelola partisipasi dalam kampanye Shopee Live, memberikan saran terkait kampanye dan *tools sales promotion* yang tepat, membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh penjual, berkoordinasi dengan tim *back end* dan *quality control*, menganalisa performa tayangan langsung dan memberikan saran untuk meningkatkan performa serta penjualan. Tugas-tugas yang menjadi tanggung jawab penulis selama masa praktik kerja magang dirangkum melalui tabel di bawah ini:



**Tabel 3.1 Uraian *Timetable* dan Kegiatan Proses Kerja Magang**

No	Jenis Pekerjaan	Uraian Kerja	Agustus			September				Oktober				November		
			2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	<i>Get to Know About Seller Streamer</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berkoordinasi dengan <i>supervisor</i></li> <li>- Mengetahui <i>responsive</i> dan <i>unresponsive seller</i></li> <li>- Mengetahui <i>tier</i> untuk <i>seller</i></li> <li>- Mempelajari produk yang dijual <i>seller</i></li> <li>- Mempelajari bagaimana cara berkomunikasi dengan penjual</li> </ul>														
2	<i>Help to Solve Sellers' Issues</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membantu melaporkan masalah yang dihadapi oleh <i>seller</i> kepada internal <i>customer service</i> atau tim <i>content</i></li> <li>- Berkoordinasi dengan divisi <i>business development</i></li> <li>- Memantau <i>live streaming</i> baik untuk <i>daily campaign</i> maupun <i>peak day</i></li> </ul>														
3	<i>Inviting Seller to Join Shopee Live Campaigns</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Pitching</i> melalui <i>chat</i> atau telepon</li> <li>- Memberi edukasi dan saran terhadap pemilihan paket promosi</li> </ul>														
4	<i>Submit Campaign</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat kalkulasi barter <i>value</i> promosi</li> <li>- Mengisi <i>requirements</i> yang dibutuhkan melalui Google Sheets</li> <li>- Berkoordinasi dengan tim <i>daily basis, operations</i> dan <i>quality control</i></li> </ul>														
5	<i>Analyze Seller's Performance</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berkoordinasi dengan tim <i>backend developer</i></li> <li>- Berkoordinasi dengan <i>supervisor</i></li> <li>- Monitoring hasil <i>live streaming</i></li> </ul>														
6	<i>Making Report Seller</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat <i>report seller</i></li> <li>- Menyarankan penggunaan <i>giveaway, coins</i>, dan lelang untuk menarik konsumen</li> <li>- Mengirimkan <i>report seller</i></li> </ul>														

7	<i>Educating Sellers</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyusun strategi untuk program selanjutnya</li> <li>- Mengedukasi tentang hal yang di larangan saat <i>live stream</i> berlangsung</li> </ul>	
---	--------------------------	---	--

Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2021

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### **3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang**

Selama menjalani proses praktik kerja magang di *live stream* Shopee Indonesia, penulis memiliki kedudukan sebagai *marketing live stream*. Berikut merupakan langkah-langkah penulis dalam menjalani praktik kerja:

#### **3.2.2.1 Get to Know About Seller Streamer**

Tugas pertama yang dilakukan sebagai *marketing live stream* adalah mengumpulkan informasi seputar *seller streamer* yang diberikan oleh *supervisor* sebagai awal dari rangkaian kerja magang. Penulis diberikan daftar *seller streamer* oleh *supervisor* sebanyak 50 (lima puluh) yang menjadi tanggung jawab. *Seller streamer* adalah penjual yang mempromosikan serta menjual produk melalui Shopee Live. Kemudian daftar ini dibagi menjadi *responsive seller* dan *unresponsive seller*. Dimana *responsive seller* ini merupakan *seller* yang aktif mengikuti *campaign*, sedangkan *unresponsive seller* yang tidak aktif mengikuti *campaign*. Hasilnya ada 20 (dua puluh) *responsive sellers* dan 30 (tiga puluh) *unresponsive sellers*. Penulis tetap mengelola hubungan dengan semua penjual, hanya saja untuk keperluan *campaign* penulis diminta *supervisor* untuk fokus mengelola *responsive sellers* saja.

Selanjutnya, penulis mengenal istilah *tier seller* yaitu pengelompokan berdasarkan jenis penjualan dan program yang diikuti oleh *seller streamer*. Pengelompokan ini bertujuan untuk memudahkan penulis dalam menentukan prioritas dan mengenal potensi pertumbuhan para *seller*. *Tier Seller* di divisi Live Stream dibagi menjadi 3 (tiga) bagian yaitu, *short tail*, *mid tail*, dan *seller streamer program* (SPP). Adapun *short tail* sendiri terdiri dari *seller* yang memiliki penjualan diatas 2.000 (dua ribu) per bulan melalui Shopee Live. Sedangkan *mid tail* terdiri dari *seller* yang memiliki penjualan di bawah 2.000 (dua ribu) per bulan melalui Shopee Live. Selanjutnya, *seller streamer program* adalah program berbayar yang ditawarkan oleh Shopee yang menyediakan jasa *host*, penggunaan *coins*,

*voucher*, *gimmick* dan iklan. Melalui program SPP, toko akan dikelola sepenuhnya oleh Shopee tetapi hanya dalam ranah Shopee Live saja. Dalam praktik kerja ini penulis diberikan tanggung jawab atas 50 (lima puluh) *seller* dengan *tier short tail* dengan rata-rata penjualan di atas 2.000 (dua ribu) per bulan.

**Tabel 3.2 Beberapa *seller short tail* yang Dikelola**

Nama Toko	Link Toko
Baju Branded Murah	<a href="https://shopee.co.id/wahyufiddini">https://shopee.co.id/wahyufiddini</a>
Radishe Collection	<a href="https://shopee.co.id/radishecollection">https://shopee.co.id/radishecollection</a>
Honeybeeshopjkt	<a href="https://shopee.co.id/honeybeeshopjkt">https://shopee.co.id/honeybeeshopjkt</a>
Baju Jumbo Onetashop	<a href="https://shopee.co.id/shop/15789614/search">https://shopee.co.id/shop/15789614/search</a>
Garment Marts	<a href="https://shopee.co.id/lukasardiantotanaka1">https://shopee.co.id/lukasardiantotanaka1</a>
Okeda Shop	<a href="https://shopee.co.id/okedashop">https://shopee.co.id/okedashop</a>

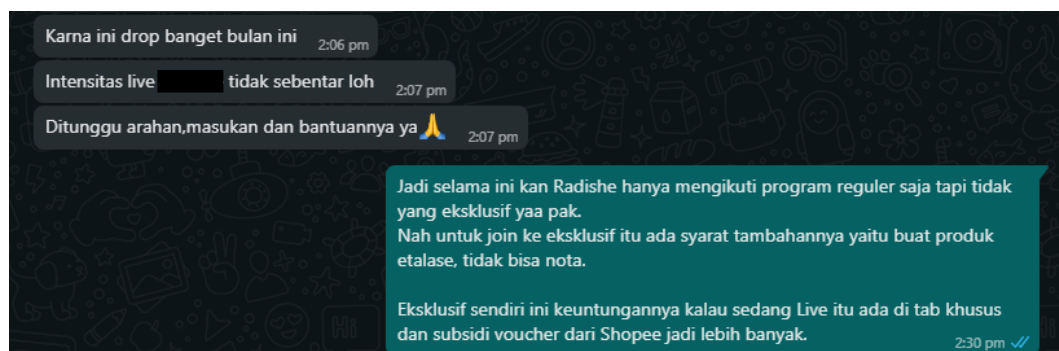
Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2021

Setelah mempelajari pengelompokkan penjual, selanjutnya penulis harus mempelajari kategori produk yang dijual dari masing-masing toko. Hal ini agar mempermudah penulis untuk memberikan evaluasi terkait toko dan menyarankan strategi promosi. Adapun penulis bertanggungjawab atas 30 (tiga puluh) *seller streamer* yang memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda, maka dari itu harus mempelajari bagaimana cara berkomunikasi dengan *seller* bersama *supervisor*. Seperti tidak semua penjual yang paham dengan istilah *e-commerce*, maka penulis harus menjelaskan dengan istilah yang mudah untuk dipahami. Selanjutnya, ada yang lebih suka dengan cara praktis maka, penulis harus menawarkan solusi yang paling sederhana, padat dan jelas. Lalu ada juga yang harus dijelaskan melalui telepon dan yang teliti dan ambisius. Masing-masing penjual memiliki keunikan tersendiri dan penting bagi Penulis untuk selalu sabar dan memberikan pelayanan terbaik. Penulis juga dibimbing oleh *supervisor* ketika menghadapi penjual terutama ketika mengalami kesulitan.

### 3.2.2.2 Help to Solve Sellers' Issues

Selanjutnya, penulis memantau ketika penjual sedang melakukan *live streaming* di Shopee Live dan memastikan tidak ada kendala yang dialami oleh penjual. Jika ada kendala yang dialami maka penjual akan melaporkan hal tersebut melalui obrolan Whatsapp. Apabila kendala yang dialami terkait sepi penonton, strategi pemasaran atau penggunaan *tools streaming* maka akan ditangani oleh penulis sebagai *marketing live stream*. Namun apabila kendala tersebut meliputi peringatan, pelanggaran, program diluar Shopee Live atau kesalahan sistem, masalah ini akan dikoordinasikan lebih lanjut ke tim terkait yaitu *customers service, content* hingga *business development*. Setelah mendapatkan solusi dari tim terkait barulah Penulis akan menjelaskan kepada penjual. Di dalam pekerjaan ini penulis dituntut untuk responsif, tanggap dan juga dapat memberikan strategi pemasaran yang sesuai dengan kendala yang dihadapi penjual.

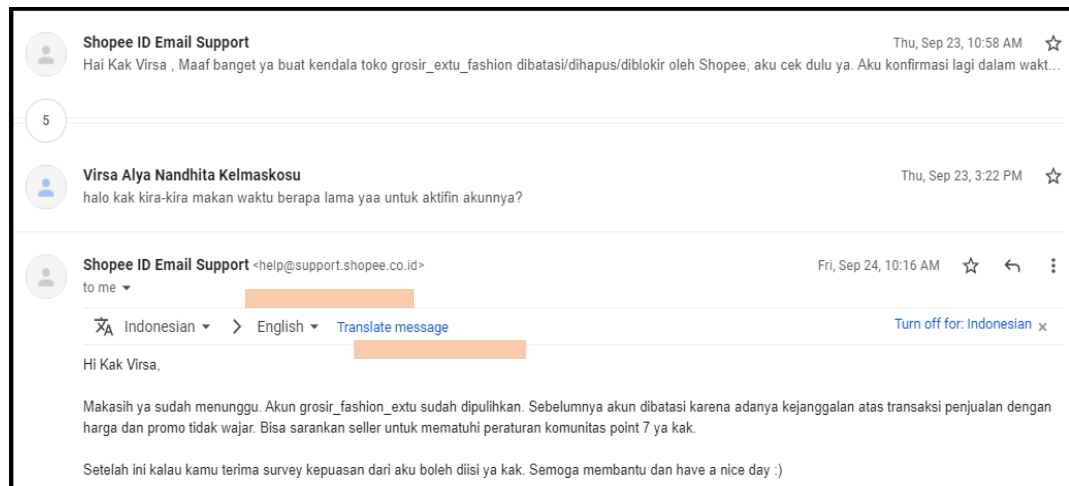
**Gambar 3. 1** Menjawab Keluhan Penjual



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021



**Gambar 3. 2** Koordinasi dengan *Internal Customer Service*



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

**Gambar 3. 3** Koordinasi dengan Tim *Quality Control*

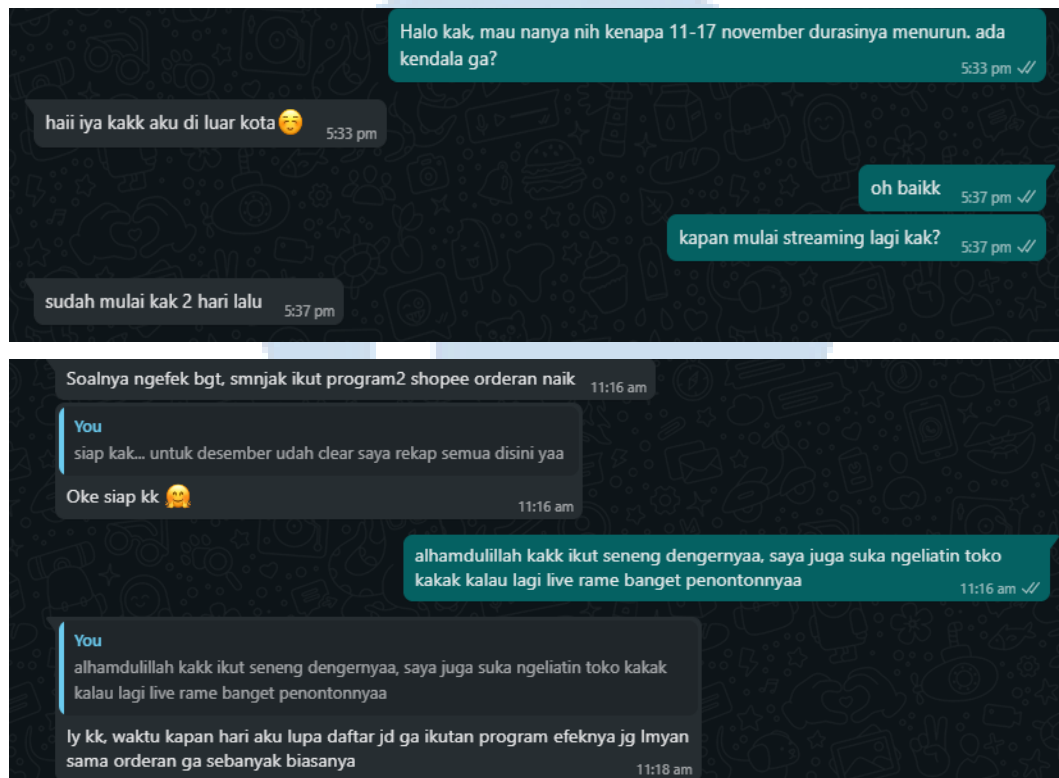


Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Selain itu, penulis juga bertanya kepada penjual tentang performa *live streaming*. Performa yang ditanyakan seputar penurunan durasi *live streaming*, tidak rutin melakukan *live streaming* dan performa toko secara umum. *Daily checking* seperti ini dilakukan sebagai bentuk kepedulian Shopee kepada para penjual. Tentunya ada alasan di balik penurunan durasi *live streaming* diantaranya penjual sedang sakit, berada di luar kota,

masalah stok dari pabrik, sulitnya distribusi hingga sepi penonton. Selain itu, penulis juga melakukan *daily checking* terhadap program *campaign* yang diikuti oleh para penjual untuk melihat apakah ada masalah atau bagaimana penjualan saat *campaign* berlangsung.

**Gambar 3. 4** *Daily Checking Seller*



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis (2021)

### 3.2.2.3 *Inviting Seller to Join Shopee Live Campaigns*

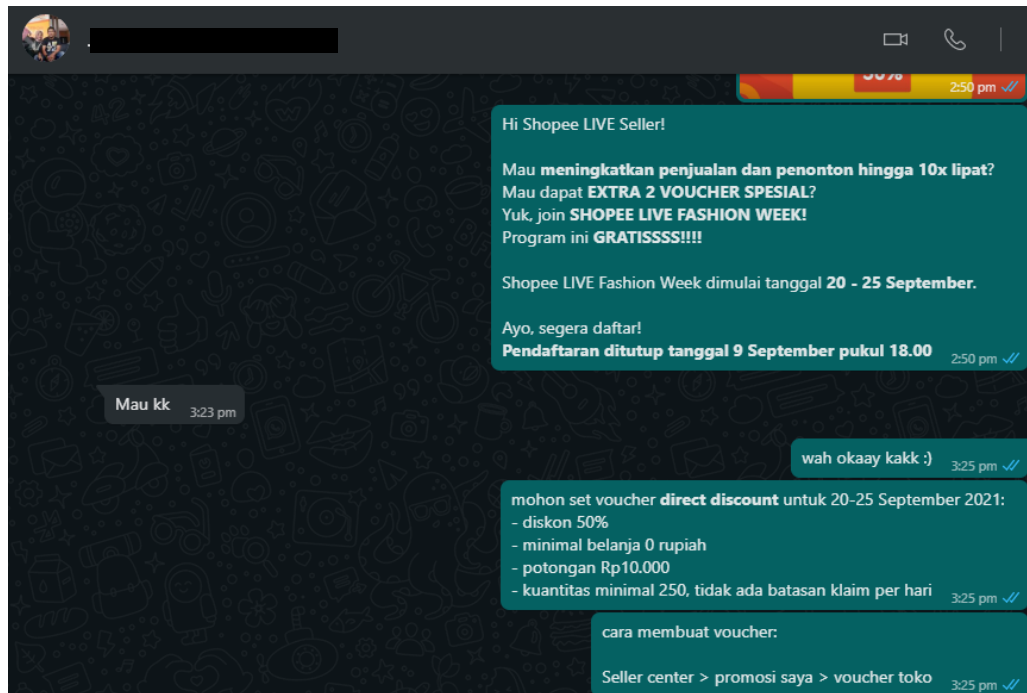
Menurut Rogers dan Storey dalam (Venus, 2018, p. 9) kampanye meliputi kegiatan komunikasi yang memiliki tujuan untuk memberikan dampak pada khalayak secara berkelanjutan dengan rentang waktu tertentu. Dalam tugas ini tidak membuat konsep dari *campaign* tersebut. Konsep *campaign* telah dikerjakan oleh tim lainnya, sedangkan penulis bertugas untuk mengajak para penjual untuk mengikuti *campaign*.

Adapun di dalam Shopee Live terdapat 3 (tiga) *campaign* yang ditawarkan kepada penjual setiap bulan. Pertama, *Live Peak Day Campaign*

yang berada di tanggal kembar seperti 7.7, 8.8, 9.9, 10.10 dst. Di Shopee Live sendiri *campaign* ini berlangsung selama seminggu setiap bulan. Kedua, *Festival Week* yang berada di tanggal 21-26 setiap bulan. Kampanye ini berbeda-beda setiap bulannya mengikuti dengan tema yang akan diusung misalnya untuk Agustus Merdeka *Sale*, *Fashion Week* hingga *Sale Week*. Berlangsung selama 5 (lima) hari setiap bulan. Ketiga, *Live Business as Usual* (BAU) atau yang biasa disebut *live* harian merupakan *campaign* yang berada di luar periode *Peak Day Campaign*.

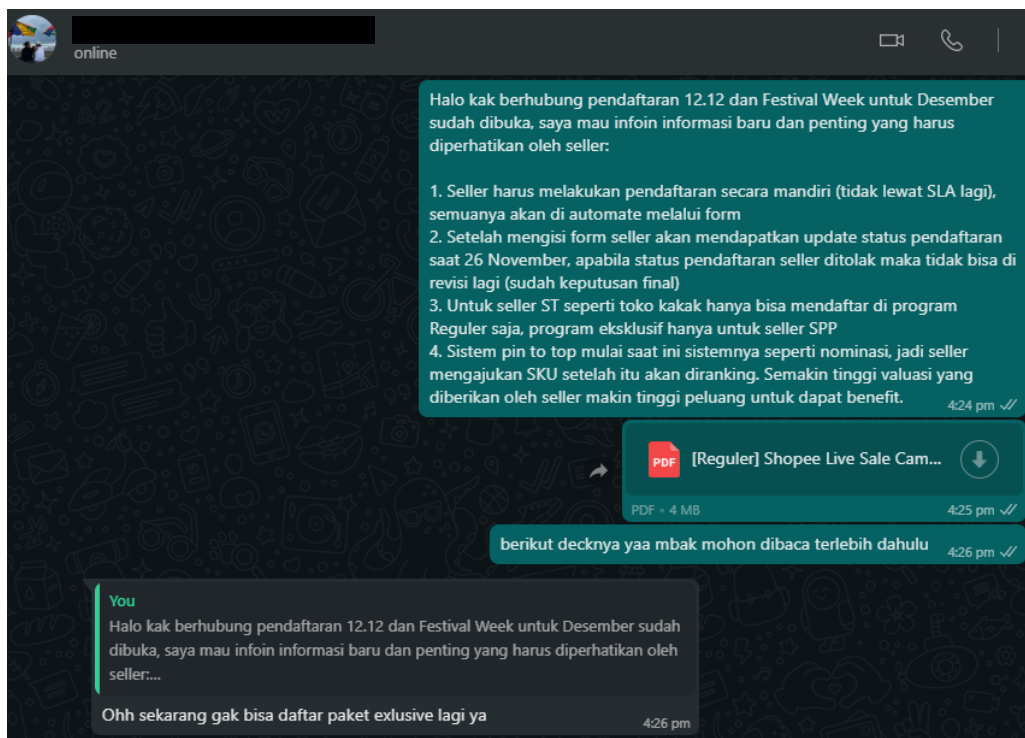
Hal pertama yang dilakukan oleh penulis dalam kampanye adalah mengajak penjual untuk berpartisipasi. Pada saat mengajak penjual untuk berpartisipasi penulis menggunakan strategi *personal selling*. Strategi *personal selling* efektif digunakan dalam membangun preferensi, keyakinan dan tindakan pembeli (Kotler, Keller, Brady, Goodman, & Hansen, 2016, p. 650). Penulis melakukan *pitching* melalui pesan Whatsapp atau telepon. Saat melakukan *pitching* penulis memaparkan syarat dan ketentuan yang harus diikuti oleh para penjual dengan menggunakan istilah yang mudah dipahami, bersikap ramah, sopan, dan berorientasi pada penjual. Penulis juga harus memastikan penjual telah memahami mekanisme *campaign* dengan baik.

Gambar 3. 5 Mengajak Seller untuk Berpartisipasi dalam Campaign



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Gambar 3. 6 Menjelaskan Syarat dan Ketentuan Campaign



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

Selain menjelaskan syarat dan ketentuan, penulis juga menjelaskan paket yang tersedia dan memaparkan keuntungan yang akan didapatkan oleh penjual apabila mengikuti *campaign* ini. Ada 2 (dua) tipe paket yang ditawarkan pada setiap *campaign* yaitu *regular* dan *exclusive*.

#### **3.2.2.4 Submit Campaign**

Jika penjual telah memberikan konfirmasi partisipasi atas *campaign* yang ditawarkan, maka harus memberikan tautan produk untuk barter valuasi promosi. Penulis bertugas untuk menghitung dan memastikan setiap link yang diberikan sesuai dengan barter valuasi promosi untuk paket *regular* dan paket *exclusive*. Apabila tautan yang diberikan tidak sesuai dengan valuasi promosi maka pendaftaran akan ditolak.

Selanjutnya, penulis bertugas mengumpulkan, membuat dan mendaftarkan *requirements* yang diminta oleh tim terkait seperti *username*, *shop name*, tanggal *streaming*, jam *streaming*, judul *live*, tautan produk, dan voucher. Penulis akan mengisi sesuai dengan permintaan dari masing-masing penjual agar *live streaming* dapat berjalan dengan baik. Pendaftaran ini diisi melalui Google Sheets yang dibuat oleh tim *daily basis*, di dokumen inilah data-data penjual akan dikumpulkan setelah itu akan dikirimkan ke tim *backend developer*.

Penulis juga memesan eksposur berupa *voucher*, *pin to top* dan *top header* agar *seller* mendapatkan slot melalui Google Sheets. *Supervisor* melakukan pengecekan secara berkala apakah seluruh penjual telah terdaftar. Pada saat *campaign* berlangsung penulis juga memastikan apakah eksposur dan jam *live streaming* yang ditentukan telah sesuai. Penulis akan berkoordinasi dengan tim *back end* untuk keperluan eksposur dan pembuatan *reminder live streaming* pada aplikasi Shopee.

**Gambar 3.7 Exposure Booking**

	A	B	C	D	E	F
179			80			
180	11.11 COLLECTION					
181			5 November			
182	Time Start	Time End	Pin 1	Pin 2	Pin 3	Pin 4
183	8:00	9:00	nadia_olshop13	mdagamis		
184	9:00	10:00		Shoplus.id	indahbutik	shopatblow
185	10:00	11:00	onetashoo	omahebutik	parfeivintage	satukeluarga
186	11:00	12:00	houseofamee.offic	lexoir	ratutas88	fevinashop_hijat
187	12:00	13:00	ratutas88	fevinashop_hijat	myplussize	dommo.id
188	13:00	14:00	geraihijabbandung	venuss	dedodsweater	starcosmeticsur
189	14:00	15:00	geraihijabbandung	dfanciehouse	tabasaid	fashionshop119
190	15:00	16:00	riniajj	nadilastuff	ndxuping	arenajersey
191	16:00	17:00	panlandwooshop	koyuhijab		footstep_footwe
192	17:00	18:00	meryaugusthine	allerka	parfeilooks	min_ji_store
193	18:00	19:00	fitriahikmah59	distributor.cream	evendic	min_ji_store
194	19:00	20:00	radishecollection	bestbranded200	degeofrey	lingcustom
195	20:00	21:00	twomilesco	azafastore	degeofrey	lingcustom
196	21:00	22:00	pupu202	honeybeeshopjk	twomilesco	fashionstoreku
197	22:00	23:00	pupu202			

Sumber: Pengolahan Data Penulis (2021)

### 3.2.2.5 Analyzing Seller's Performance

Dalam menjalankan praktik kerja magang, penulis juga berkesempatan untuk belajar bagaimana cara menganalisa performa dari para penjual di industri *e-commerce*. Untuk Shopee sendiri sebagai *e-commerce* menganalisa beberapa matriks yang dijelaskan melalui tabel berikut:

**Tabel 3. 1** Matriks di Shopee Live

Matriks	Deskripsi
Durasi	Mengetahui durasi <i>streaming</i> (per jam)
<i>Unique Visitors</i> (UV)	Total berapa orang yang menonton dari 1 (satu) akun
<i>Page View</i>	Berapa orang yang melihat produk dari toko
ASP	Harga jual barang dari penjual
<i>Account Based Sales</i> (ABS)	Rata-rata pembelanjaan per transaksi
Order	Jumlah transaksi dari yang sudah melakukan pembayaran dari UV/ <i>User</i>

<i>Number of pcs Sold</i>	Jumlah item yang terjual
<i>Gross Merchandise Value (GMV)</i>	Omset yang didapatkan oleh penjual
<i>Conversion Rate (CR)</i>	Jumlah penonton yang melakukan transaksi/ <i>check out</i> saat <i>live streaming</i>

Sumber: Pengolahan Data Penulis (2021)

Matriks ini dijadikan sebagai tolak ukur *marketing live stream* untuk menganalisa serta memberikan evaluasi bagi para penjual. Matriks ini umum digunakan di lingkup *e-commerce*. Dengan mengukur matriks ini memudahkan penulis untuk mencari alasan dibalik penurunan atau kenaikan performa penjual.

**Tabel 3. 2** *Guidance for Performance Seller Issues*

<b>Masalah</b>	<b>Penyebab</b>	<b>Solusi</b>
Durasi	Masalah Personal	Menawarkan jasa <i>Host</i>
	Masalah Kesehatan	
	Masalah Stok	Memperbaiki manajemen stok
UV	Kurang Koin	Alokasi <i>marketing budget</i> karena Koin menarik orang untuk menonton
	Masalah <i>Host</i>	<i>Streaming</i> bersama <i>host</i> favorit
<i>CR Issue</i>	Masalah Stok	Utamakan <i>restock</i> untuk produk terbaik
	Kurang Voucher	Menambah atau memperbaiki skema voucher
	Kenaikan Harga	Meminta margin keuntungan dibuat lebih rendah
	Kurang <i>Gimmick: Giveaway</i> , tebus murah dan lelang	Jika ada <i>extra budget</i> boleh mencoba <i>gimmick</i> untuk menarik orang agar melakukan transaksi ( <i>check out</i> )

Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2021

Setelah memahami masalah matriks dan solusi Penulis diminta untuk menandai toko berdasarkan masalah matriks mana yang paling besar menyebabkan penurunan performa. Penulis berkonsultasi dengan *supervisor* atas analisa yang telah dilakukan. Jika analisa disetujui, maka

Penulis akan menginformasikan kepada para penjual dan memberikan solusi atas masalah yang ada.

**Gambar 3. 8** Contoh Evaluasi Performa

Bottom 10 Order	
username	Reason
[REDACTED]	Duration Issue caused by personal/health/stock issue (maybe).
[REDACTED]	UV Issue caused by less coins
[REDACTED]	UV Issue caused by less coins
[REDACTED]	UV Issue caused by less coins
[REDACTED]	CR Issue caused by less coins and less gimmick
[REDACTED]	CR Issue caused by less gimmick

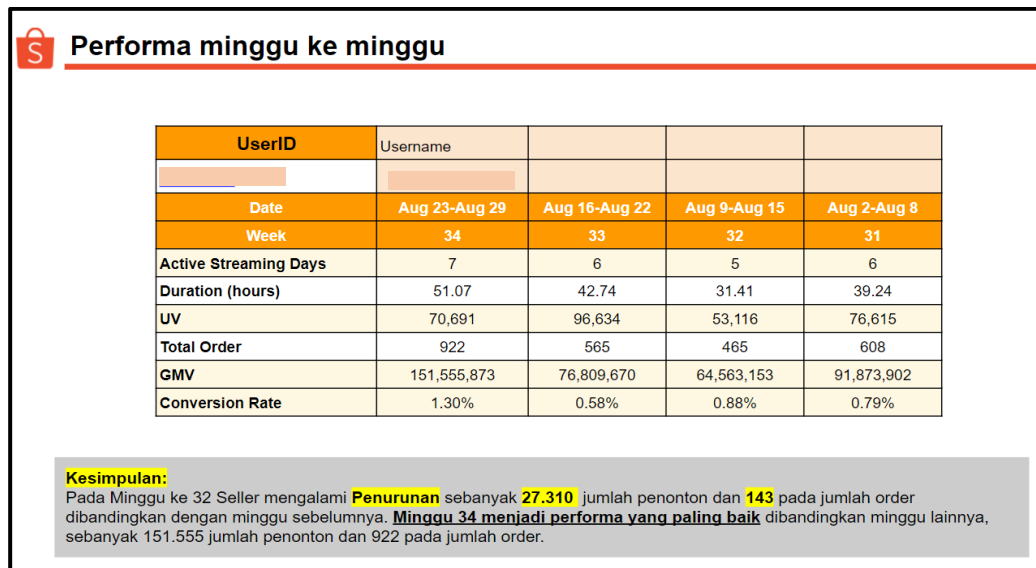
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

### 3.2.2.6 Making Report Seller

Setiap *seller* akan diberikan laporan tentang performa *live streaming* per minggu. Cara ini dilakukan untuk mengatur hubungan yang baik dengan para *seller* dan membuat *unresponsive seller* menjadi *responsive seller* karena telah diberikan evaluasi. Penulis sempat melakukan tugas ini tetapi hanya berjalan pada Agustus saja. Dari tugas ini, penulis bertugas untuk membuat, menganalisa, dan memberikan evaluasi terkait performa masing-masing *seller* di bawah bimbingan *supervisor*. Sebelum membuat laporan, penulis akan diberikan data oleh *supervisor*, data tersebut berisi *active day streaming*, durasi, UV, GMV, *conversion rate*, *total order*, hingga daftar produk *best seller*. Setelah itu, penulis akan menganalisa setiap data yang diberikan.



Gambar 3. 9 Contoh Analisa Report Seller



Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2021

Setelah analisa data selesai, penulis membantu memberikan interpretasi terhadap temuan data, memberikan target untuk periode selanjutnya dan memberikan saran yang sesuai untuk meningkatkan performa berdasarkan dari data yang ada.

Dalam tugas ini, penulis menggunakan ilmu dari mata kuliah *marketing public relation*. Khususnya dalam menjalankan 1 (satu) dari 7 (tujuh) *step strategic planning process* yaitu taktik. Menurut (Harris & Whalen, 2006, p. 110) taktik dalam proses perencanaan dapat memberikan detail tentang metode apa yang akan dipakai untuk melampaui target. Taktik yang biasanya penulis sarankan kepada penjual adalah membuat *giveaway* dan *endorments*. Taktik ini akan penulis diskusikan kepada para penjual setelah pemberian *report seller*.

Penulis membagikan hasil performa yang berbentuk *Slides* kepada penjual. Penjual mengucapkan terima kasih sebagai *feedback* atas laporan yang telah diberikan. Namun, penulis tidak dapat melakukan evaluasi atas saran yang diberikan karena tugas ini hanya dikerjakan untuk Agustus saja untuk periode selanjutnya tidak dilanjutkan. Alhasil, keberhasilan atas strategi yang diberikan tidak dapat diukur karena penulis karena

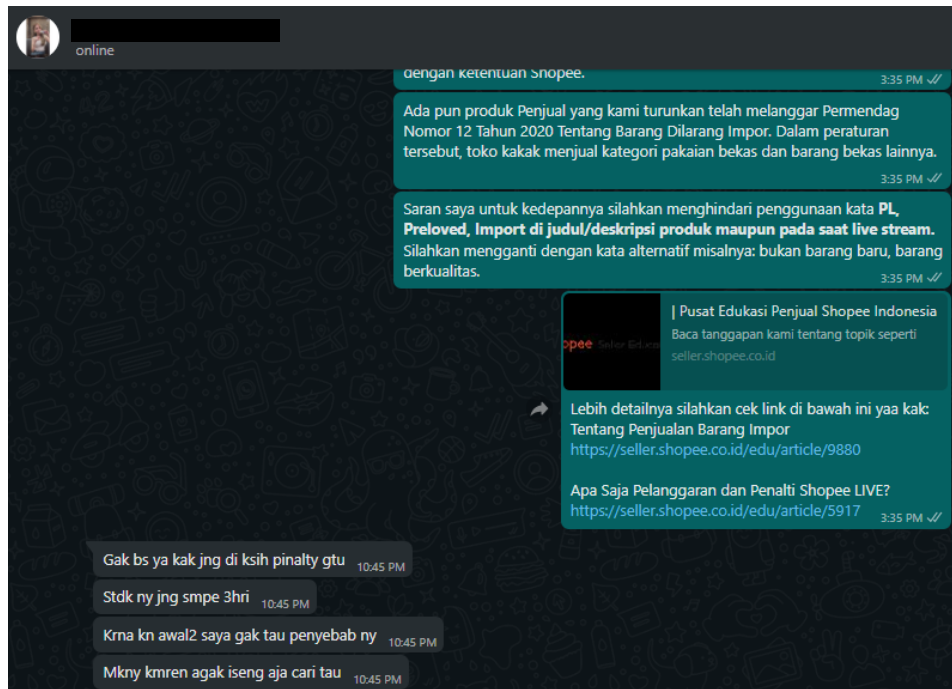
keterbatasan akses ditambah tugas ini tidak berhenti dilakukan di Agustus oleh seluruh *marketing live stream*. Namun, penulis merasa bersyukur karena telah dipercaya oleh *supervisor* untuk menyusun *report seller* walaupun hanya dalam sebulan karena melalui tugas ini penulis mendapatkan banyak *insight* baru yang bermanfaat untuk karir kedepannya.

### **3.2.2.7 Educating Seller**

Tugas terakhir yang dilakukan penulis adalah memberikan edukasi terhadap *seller* terkait *live streaming*. Ada beberapa edukasi yang penulis telah berikan kepada penjual. Pertama, edukasi mengenai larangan menjual barang impor bekas pada saat *live streaming* di Shopee Live mengacu pada Permendag Nomor 12 tahun 2020 Tentang Barang Dilarang Impor. Penulis menjelaskan bahwa kebijakan ini sebagai bentuk dukungan Shopee terhadap UMKM lokal serta mendukung kebijakan Pemerintah Indonesia. Setelah kebijakan ini keluar, banyak penjual yang melakukan protes karena akun yang digunakan sempat diblokir oleh Shopee.

Penulis dan *supervisor* dalam menyikapi masalah ini berusaha untuk selalu sabar dan tetap memberikan edukasi terhadap penjual. Untuk menghindari pelanggaran ini, penulis mengingatkan penjual agar menghindari penggunaan impor bekas dan *preloved import*. Penulis juga memberikan konsekuensi apabila pelanggaran pertama akun penjual akan diblokir sementara 3 (tiga) sampai 7 (tujuh) hari dan apabila melanggar lagi akun akan diblokir permanen.

**Gambar 3. 10** Edukasi Larangan Penjualan Bekas Impor



Sumber: Dokumentasi Pribadi Peserta Magang, 2021

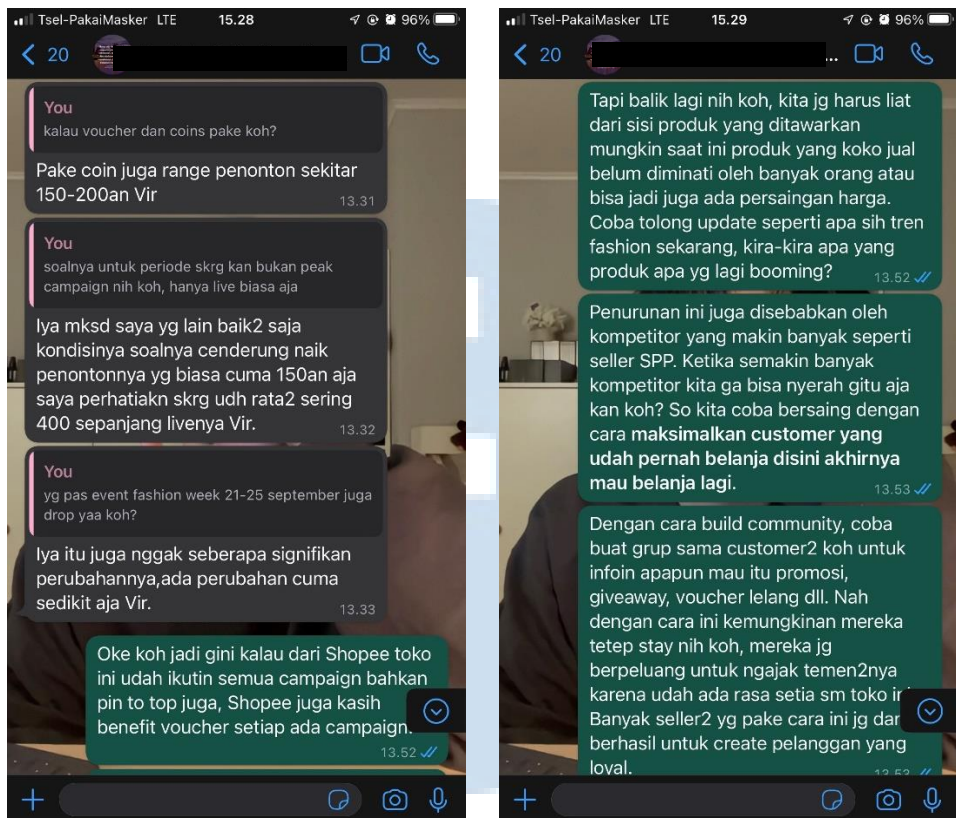
Kedua, penulis juga memberikan saran untuk penjual yang mengalami penurunan dalam penjualan. Terdapat penjual yang mengalami penurunan *viewers* dalam *live streaming*, sebagai seorang *marketing live stream* diminta oleh penjual untuk memberikan evaluasi. Dalam menyikapi hal tersebut, solusi menurut penulis adalah toko ini harus mengganti *host* yang lebih menarik perhatian konsumen karena toko ini telah memberikan *voucher*, *koin*, *giveaway*, mendapatkan *slot pin to top* dan *top header* tetapi malah terjadi penurunan performa. *Host* menjadi elemen yang diperhatikan oleh konsumen dan kebanyakan *host* yang dipilih memiliki penampilan yang menarik. Sebelum memberikan solusi ini, Penulis melakukan konsultasi dengan *supervisor*. Namun, asumsi penulis ditolak karena menurut *supervisor* masalahnya bukan ada di bagian *host*. Menurut *supervisor* dalam menjalankan bisnis penting untuk melihat produk apa yang dijual, kompetitor, dan mengamati tren yang ada. Alhasil, penulis memberikan strategi bagi penjual untuk mulai memerhatikan tren, para

kompetitor, hingga harga yang dijual karena semua itu dapat memengaruhi minat beli konsumen.

Penulis juga menyarankan untuk mempertahankan pembeli yang sudah ada dibandingkan dengan mencari pelanggan baru dengan cara membangun komunitas dengan para konsumen melalui grup obrolan. Kebanyakan merek lebih mementingkan untuk menarik pelanggan baru dibandingkan dengan mempertahankan yang sudah ada, padahal *cost* yang dikeluarkan lebih mahal jika berfokus mencari pelanggan baru (Kotler, Keller, Brady, Goodman, & Hansen, 2016, p. 137). Grup ini dapat digunakan untuk sarana berkomunikasi antara konsumen dan pemilik toko. Penulis menjelaskan cara ini banyak digunakan oleh toko-toko besar di Shopee yang rata-rata memiliki komunitas yang kuat. Penjual dapat memberikan informasi soal promosi dan produk apa yang ada saat *live stream*. Melakukan survei dengan menanyakan produk-produk apa yang dicari oleh konsumen secara spesifik dan dijadikan menjadi bahan pertimbangan untuk menjual produk yang diminta melalui *live streaming*.



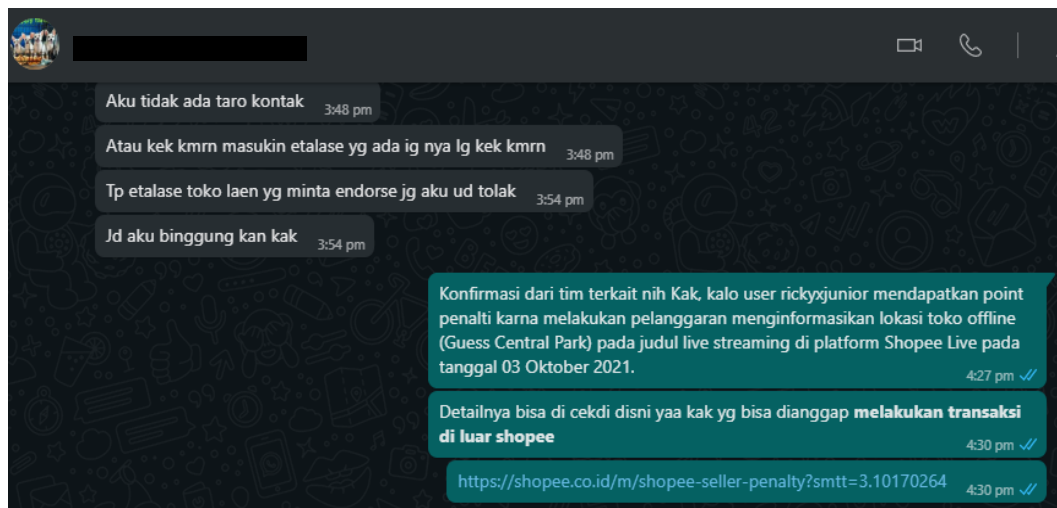
**Gambar 3. 11** Evaluasi terhadap Penjual



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

Ketiga, memberikan edukasi terkait larangan transaksi di luar Shopee. Hal ini dilakukan agar menghindari adanya penipuan antara penjual dan konsumen. Penulis diminta untuk selalu mengingatkan para penjual untuk menghindari transaksi di luar Shopee agar penjual tidak terkena poin penalti atau larangan melakukan *streaming*. Dalam menghadapi masalah ini terdapat beberapa penjual yang tidak jujur dalam memberikan informasi atau penjual tidak ingat pelanggaran yang dilakukan. Untuk mengatasi hal ini, penulis bekerja sama dengan tim terkait seperti *customer service* dan *quality control (content)* ketika mencari tahu pelanggaran yang terjadi. Penulis mendapatkan informasi detail dari tim terkait mengenai waktu pelanggaran hingga bukti bentuk pelanggaran. Jika informasi detail ini telah diberikan, maka penjual tidak dapat menolak pelanggaran yang telah diberikan.

**Gambar 3. 12** Edukasi terkait Larangan Transaksi

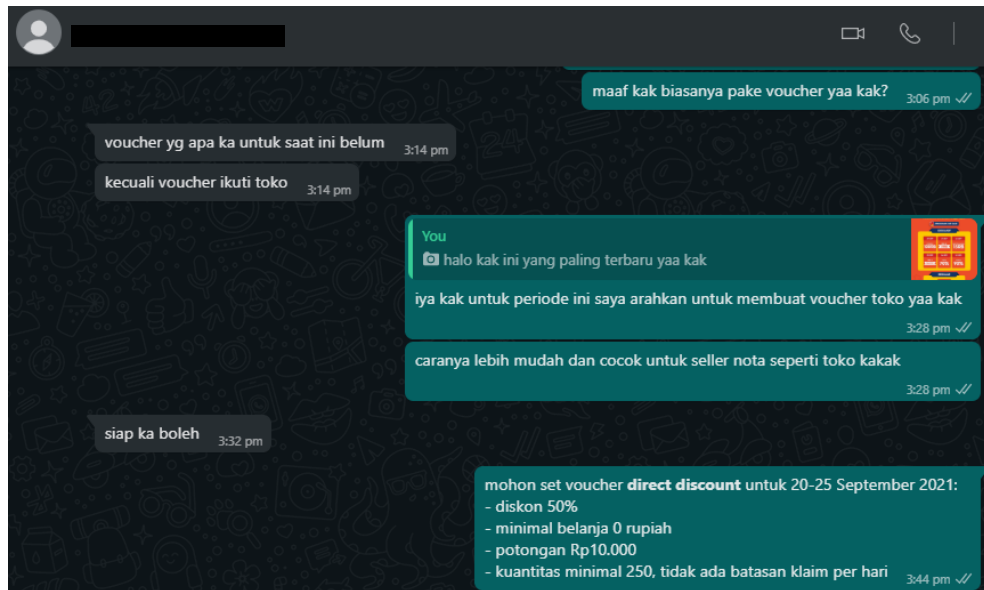


Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2021

Keempat, memberikan edukasi cara membuat promosi bagi penjual. Penulis juga menggunakan ilmu *sales promotion* dalam menentukan promosi apa yang tepat digunakan untuk masing-masing penjual. Menurut (Kotler, Keller, Brady, Goodman, & Hansen, 2016, pp. 676-677) *sales promotion* adalah unsur utama dalam bauran komunikasi pemasaran yang dirancang untuk mendorong pembelian yang lebih cepat dan lebih banyak dari penawaran tertentu. Dalam melakukan tugas ini, penulis menggunakan alat *sales promotion* untuk promosi konsumen yang meliputi pemberian *voucher*, koin, dan hadiah.

Demi menghasilkan promosi yang baik maka penulis juga mengajarkan bagaimana cara membuat promosi melalui Shopee. Pemberian edukasi ini dilakukan melalui obrolan pribadi Whatsapp dan telepon menyesuaikan dengan permintaan penjual. Kendala yang sering dihadapi adalah penjual tidak mengerti bagaimana cara membuat *voucher* toko dan membuat paket diskon. Maka dari itu, penulis akan menjelaskan dengan menggunakan istilah yang mudah dipahami oleh penjual dan memastikan promosi yang dibuat sudah benar.

**Gambar 3. 13** Edukasi tentang Promosi Toko



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021)

### 3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam melakukan praktik kerja magang terdapat kendala yang penulis alami sebagai *marketing live stream*, khususnya ketika mengolah dan menganalisa data. Berikut adalah kendala-kendala yang penulis alami:

1. Di awal praktik kerja magang sempat tidak terbiasa dalam memberikan taktik untuk meningkatkan performa karena memahami konsep dari *marketing public relation*. Penulis merasa argumentasi belum valid dan tidak ada *guidance* untuk performa.
2. Pengetahuan yang kurang dalam mengoperasikan Google Sheet sehingga mengalami kesulitan pada saat membuat *report seller* atau analisa performa.
3. Terdapat masalah komunikasi karena penulis harus menggunakan Whatsapp bersama milik kantor ketika berkomunikasi dengan para penjual. Akibatnya, pekerjaan sempat terhambat karena harus menggunakan Whatsapp secara bergantian.
4. Kebanyakan penjual tidak paham dengan peran shopee live *advisor* dan sering disamakan dengan *customer service*. Kerap ditanyakan soal masalah di luar Shopee Live dan dituntut untuk selalu merespon selama 24 jam.

### 3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Adapun solusi yang penulis temukan selama menjalankan praktik kerja magang sebagai berikut:

1. Penulis secara aktif berkonsultasi dengan *supervisor* untuk mencari validasi atas argumen. *Supervisor* juga memberikan *guidance* untuk menjawab masalah performa agar penulis tidak merasa kebingungan.
2. Penulis diberikan pelatihan khusus secara individu oleh *supervisor* agar dapat menggunakan Google Sheet untuk mengevaluasi performa.
3. Penulis membuat jadwal untuk menggunakan Whatsapp agar tetap dapat berkomunikasi dengan baik dengan penjual dan berusaha untuk menyelesaikan tugas di Whatsapp tepat waktu.
4. Menjelaskan peran shopee live *advisor* kepada penjual yang berperan sebagai *advisor* di Shopee Live dan tidak memiliki otoritas untuk mengurus di luar itu. Mengarahkan penjual untuk menghubungi *customer service* atau *relationship manager* untuk menanyakan masalah di luar Shopee Live. Menjelaskan jam kerja shopee live *advisor* mulai dari 10.00 – 17.00, jika penjual mengalami masalah di luar jam kerja maka diarahkan untuk menghubungi *customer service* untuk respon yang cepat.