

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia digital yang pesat saat ini mendukung perkembangan teknologi internet dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah bidang ekonomi. Perkembangan teknologi menimbulkan banyak perubahan dan perkembangan pada bidang ekonomi seperti *e-commerce*, yaitu kegiatan ekonomi yang berbasis internet. Menurut Poliakh dkk. (2017) *e-commerce* adalah salah satu bagian dari *e-business* mulai dari *public relation* untuk penjualan barang, servis dan informasi melalui internet dengan menggunakan semua alat yang tersedia di jaringan.

Sama seperti kegiatan perekonomian di dunia nyata, *e-commerce* juga melalui proses yang panjang mulai dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pembayaran konsumen, sampai pada pengiriman. Oleh karena itu, berbagai mitra dan berbagai pihak memegang peran yang penting dalam keberlangsungan kegiatan ini.

Di Indonesia, kegiatan *e-commerce* sudah dimulai sejak tahun 1993 yang kemudian pada tahun 2005 mulai bermunculan berbagai macam *e-commerce marketplace* seperti Tokopedia, JD.ID, Bukalapak, dan berbagai *website marketplace* lainnya. *E-commerce marketplace* ini memungkinkan terjadinya transaksi jual beli kapanpun dan dimanapun sehingga tidak terbatas ruang dan waktu lagi.

Melalui *e-commerce* masyarakat umum juga dapat menjadi penjual sehingga membuka lowongan pekerjaan baru bagi masyarakat. Dengan berjualan melalui *e-commerce* ini penjual hanya perlu mengunggah foto dan informasi mengenai barang yang dijual, kemudian pembeli hanya perlu mengikuti tata cara pembelian barang yang sudah diatur oleh pihak *e-commerce*, setelah itu penjual hanya perlu menyerahkan barangnya kepada pihak ekspedisi yang akan mengantarkan produk ke pembeli.

Indonesia merupakan pasar terbesar *e-commerce* di Asia Tenggara. Pada tahun 2018 total transaksi di Asia Tenggara mencapai US\$ 23.3 miliar dan 52%

transaksi di Asia Tenggara berasal dari Indonesia (Katadata, 2019) berikut data yang didapat melalui website Katadata.



Gambar 1.1 Pasar E-commerce RI Terbesar di Asean

Sumber: Katadata, 2019

Dalam industri *e-commerce* terdapat 4 business model yaitu B2B, B2C, C2C, dan C2B. B2B *e-commerce* adalah kegiatan ekonomi berbasis internet yang dilakukan antara bisnis dengan bisnis. B2B *e-commerce* mendeskripsikan transaksi online antar bisnis dimana supplier atau pabrik menjual barangnya ke perusahaan lain, biasanya retailer (magenest.com). B2C atau *business to consumer e-commerce* atau sering juga disebut *e-commerce retail* adalah *e-commerce* yang berisi perusahaan yang menjual barangnya ke konsumen secara *online* (zoho). C2C atau *consumer to consumer e-commerce* adalah *e-commerce*- bisnis model dimana konsumen menjual produk atau jasa kepada konsumen lain secara *online* (technosquare). C2B atau yang juga dikenal sebagai *consumer to business* ini cukup

berbeda, bisnis model ini memungkinkan konsumen menjual barang atau jasanya kepada perusahaan melalui online, contohnya seperti *freelancer*.

JD.id adalah *e-commerce* yang bergerak dalam bidang B2B, B2C, dan C2C. masuk ke Indonesia sejak tahun 2015, JD.id, *e-commerce* yang awalnya hanya fokus pada penjualan barang-barang elektronik sekarang mulai menambah dan memperluas kategorinya. Tidak hanya menjual barang kepada konsumen, JD.ID juga menyediakan produk bagi konsumen yang ingin melakukan pembelian produk dalam jumlah banyak. Selain itu, JD.ID juga melakukan B2C yaitu mereka akan menjual berbagai macam kategori produk yang mereka beli dari vendor langsung ke konsumen melalui *e-commerce* mereka sendiri. Dengan bisnis model B2C ini JD.ID juga melakukan pembelian produk yang akan mereka jual, pembelian ini dilakukan oleh *merchandiser* yang berbeda setiap kategorinya. Dalam pembeliannya, JD.ID menggunakan sistem pembayaran *Account Payable* yaitu menurut Binilang et al. (2017) *trade payables* adalah kewajiban perusahaan yang harus dibayar di masa depan. Menurut Muhammad Abdul Muis et al. (2021) transaksi pembelian yang dilakukan oleh perusahaan tidak selalu dilakukan dengan menggunakan *cash*, untuk tujuan mengurangi pengeluaran keuangan perusahaan dan juga meningkatkan kolaborasi dengan *suppliers* lebih baik dilakukan dengan menggunakan sistem kredit. Setiap harinya *merchandiser* akan membuat *purchase order* kepada *vendor*, ketika barang sampai di gudang JD.ID, pihak keuangan JD.ID akan memproses pembayarannya. Oleh karena itu, pihak *Account Payable* perlu memastikan bahwa *invoice* yang dikasih oleh *vendor* sesuai dengan barang yang datang sehingga tidak ada kesalahan pembayaran.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang dengan maksud untuk merasakan secara langsung situasi dan kondisi dalam dunia kerja. Penulis berharap melalui kerja magang ini, penulis dapat belajar lebih banyak mengenai keuangan perusahaan. sistem keuangan setiap perusahaan berbeda oleh karena itu penulis ingin mempelajari proses dan sistem keuangan perusahaan *e-commerce*. Oleh karena itu,

penulis berharap kerja magang dapat menambah pengalaman kerja bagi penulis untuk kedepannya.

Tujuan penulis melaksanakan program kerja magang adalah :

1. Memahami pekerjaan *Account Payable* yang merupakan pengetahuan baru bagi penulis
2. Mengembangkan pengetahuan dan kemampuan penulis dalam hal alur pembayaran *Account Payable* pada perusahaan *e-commerce*
3. Melatih tanggung jawab, kedisiplinan, dan perilaku mahasiswa dalam menghadapi rekan kerja atau atasan
4. Memahami perbedaan antara dunia kerja dan dunia perkuliahan

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis menjalani program kerja magang selama 126 hari. Kerja magang dimulai pada tanggal 29 Desember 2021 hingga 28 Juni 2022. Penulis bekerja di hari senin hingga jumat dan kerja magang dilakukan dari rumah atau *Work From Home* (WFH). Waktu magang dalam sehari mulai pukul 09.00 – 18.00.

Data pelaksanaan magang yang dilakukan adalah sebagai berikut :

Perusahaan : PT Jingdong Indonesia

Bidang Usaha : Layanan Perusahaan *E-commerce*

Waktu pelaksanaan : 29 Desember 2021- 28 Juni 2022

Waktu Kerja : Senin – Jumat

09.00 – 18.00

Posisi : *Account Payable*

Prosedur kerja magang adalah ketentuan yang berlaku dari Universitas Multimedia Nusantara untuk memulai praktek kerja magang. Berikut adalah prosedur yang perlu dilakukan penulis untuk dapat menyelesaikan praktek kerja magang ;

1) Tahap Awal

- a) Penulis mendapatkan informasi mengenai lowongan kerja magang atau *Account Payable Internship* dari LinkedIn
- b) Penulis mengajukan surat permohonan magang dan mengirimkan *curriculum vitae* (CV) ke perusahaan pada tanggal 18 Desember 2021

2) Tahap *Recruitment*

- a) Pada tanggal 28 Desember 2021 penulis mendapatkan balasan dari perusahaan yang berisikan bahwa pengajuan permohonan magang penulis telah diterima oleh perusahaan dan dijadwalkan untuk melakukan wawancara pada tanggal 28 Desember 2021.
- b) Pada tanggal 28 Desember 2021 pukul 1.30 WIB, penulis melakukan wawancara daring melalui aplikasi Zoom.
- c) Penulis di wawancara oleh dua Ibu Ni Putu Dewita Sari selaku *Talent Acquisition and Employee Branding* dan Ibu Lidia Marlesi yang saat itu menjabat sebagai *Senior Accounts Payable*.
- d) Pada tanggal 29 Desember 2021, penulis diberi kabar bahwa penulis diterima untuk melakukan praktik kerja magang di PT Jindong Indonesia Pertama.

3) Tahap Pelaksanaan Praktik Kerja

- a) Penulis melaksanakan praktik kerja magang pada tanggal 29 Desember 2021.
- b) Penulis melakukan bimbingan magang dengan dosen pembimbing sesuai dengan waktu yang telah disepakati.
- c) Penulis membuat laporan praktik kerja magang sesuai dengan format yang telah ditentukan dan waktu yang telah ditetapkan
- d) Penulis melakukan sidang magang sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan sebagai salah satu syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara