

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Shopee memiliki tujuan utama yaitu menjadi *mobile marketplace* nomor satu di Indonesia. Dalam mewujudkannya, Shopee menjalankan strategi pertumbuhan yang efektif baik secara internal maupun eksternal. Salah satu strategi pertumbuhan internal yang dilakukan Shopee adalah *increasing market penetration* atau disebut juga perluasan pasar. Biasanya perusahaan mengadopsi strategi ini untuk meningkatkan pendapatan dan penjualan tanpa mengubah produk atau layanan yang ditawarkan. Selain itu jika dibandingkan dengan alternatif strategi lain, strategi *increasing market penetration* memiliki risiko paling kecil (Levay et al, 2017). Shopee menjalankan strategi ini dengan cara menjalankan proyek BBS (Beauty by Shopee) yang bertujuan untuk memiliki bisnis model ritel sendiri. Proyek BBS mencakup berbagai produk kecantikan dan produk yang ditawarkan merupakan produk asli dari beberapa penjual. Proyek ini dijalankan karena melihat masalah yang ada pada pembeli yaitu kesulitan saat ingin membeli produk kecantikan dari berbagai penjual dimana mereka harus *checkout* dari berbagai toko dan harus membayar biaya pengiriman sebanyak nama penjual yang mereka pilih. Dalam rangka memperluas pasar, maka Shopee berpikir untuk memberikan solusi bagi pembeli yang merasa kesulitan tersebut dengan menambah layanannya melalui proyek BBS.

Mahasiswa magang pada perusahaan Shopee diberikan kesempatan untuk mengikuti proyek tambahan. Salah satunya yaitu proyek BBS dimana proyek ini berbeda dengan tugas sehari-hari yang dikerjakan oleh seorang pemegang. Seperti halnya pemegang pada *Business Development* tidak semata-mata melakukan negosiasi dengan penjual tapi juga dengan para pemasok melalui adanya proyek ini. Pemegang harus membuat kesepakatan dengan pemasok dalam rangka memperoleh harga kompetitif, stok terpenuhi, dan kualitas terjamin.

Selain negosiasi, para pemegang yang mengikuti proyek ini akan membantu proses pembuatan dan pemeriksaan *trading term*, pengajuan permintaan untuk mengubah harga produk, pendaftaran produk, dan pengumpulan produk ke dalam *flash sale*. Proyek BBS meliputi kegiatan-kegiatan yang hampir mirip dengan proyek BAU (*Business as Usual*) tapi dalam proyek ini tim melibatkan pihak luar lainnya yaitu pemasok.

Selain melalui kehadiran proyek BBS, Shopee memperluas pasar melalui proyek BAU dengan mengadakan kampanye-kampanye untuk merayakan momen tertentu. Ada juga *double date campaign* yang selalu diadakan setiap bulannya seperti 11.11 dan 12.12. Shopee meningkatkan pemasaran produk dan layanan di platformnya melalui berbagai kampanye yang menawarkan promo menarik dengan negosiasi bersama para penjual. Promo menarik dapat berupa voucher belanja, hadiah dengan pembelian, diskon hingga 90%, dan juga gratis ongkir. Dengan semakin gencarnya perusahaan menawarkan promo di setiap kampanye yang diadakan maka semakin tinggi pula minat beli dari para penggunanya (Namira, 2020). Pengguna yang awalnya tidak tertarik untuk belanja *online* tapi menjadi tertarik belanja di Shopee karena ditawarkan promo saat ingin membeli sesuatu.

Kemudian strategi pertumbuhan internal lain yaitu *improving existing product or service* atau disebut juga perbaikan produk atau layanan. Perusahaan yang ingin bertumbuh perlu meningkatkan kualitas produk atau layanannya. Kualitas layanan ini berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan untuk mengimbangi harapan konsumen (Kotler, 2012:193). Shopee mengembangkan produk dan layanan yang sudah ada secara berkelanjutan. Dalam mengembangkan bisnisnya, Shopee tidak hanya mementingkan kepuasan konsumen tapi juga kepuasan penjual. Hal ini dikarenakan konsumen, penjual, dan Shopee merupakan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Jika penjual tidak puas dengan Shopee maka dapat berakibat pada ketidakpuasan dengan penjual yang pada akhirnya merusak reputasi Shopee. Oleh karena itu, Shopee memperlakukan para penjual di Shopee

dengan sebaik-baiknya dan selalu mendukung mereka mengenai strategi pemasaran yang bermanfaat untuk penjualan mereka di Shopee.

Dalam menjalankan strategi untuk mencapai tujuan, Shopee memiliki satu departemen khusus yaitu *Business Development* yang membantu mitra penjual meningkatkan penjualan mereka di Shopee. Karyawan di departemen ini memiliki tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap penjual di Shopee serta membantu peningkatan penjualan produk mereka. Dalam departemen *Business Development*, ada beberapa kategori yaitu kecantikan, kesehatan, elektronik, makanan, *fashion*, perawatan ibu dan bayi, dan kategori lainnya. Pada setiap kategori, ada beberapa divisi yaitu *category*, *merchandise*, *pricing*, dan lainnya.

Divisi *category management* merupakan divisi yang berhubungan langsung dengan para penjual di Shopee dan membantu koordinasi antara penjual dan pihak internal Shopee sehingga dapat dikatakan divisi ini sebagai jembatan yang menghubungkan penjual dengan berbagai tim dan kegiatan yang ada di Shopee. Kehadiran divisi ini sangat penting karena sebagai gerbang utama yang melayani para penjual Shopee. Para penjual juga merupakan pelanggan Shopee sehingga memberikan pelayanan terbaik kepada penjual mampu menciptakan kepuasan pelanggan terhadap Shopee. Hal ini sejalan dengan penelitian Martina et al (2019) yang membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, semakin baik kinerja karyawan Shopee pada divisi *category management* maka penjual Shopee merasa puas dan akan semakin tinggi pula loyalitas dan kepercayaan mereka.

Departemen *Business Development* merupakan salah satu departemen dengan jumlah karyawan terbanyak yang membuktikan Shopee benar-benar mementingkan kepuasan para penjual di platformnya. Strategi pertumbuhan internal Shopee dengan menjamin performa dan kepuasan penjual sudah menjadi pemahaman dasar bagi setiap karyawan di Shopee. Seperti dalam hal menghadapi isu kurangnya rasa cinta dan peduli akan produk lokal di kalangan masyarakat. Semua divisi dalam departemen *Business Development* bekerja sama untuk mengeluarkan inovasi yang

mampu mengatasi isu tersebut. Salah satu inovasinya yaitu mengadakan *monthly kampanye yang* hanya menawarkan produk-produk buatan lokal dari penjual Shopee. Penawaran dibuat semenarik mungkin baik dari sisi harga, desain, maupun media pendukung. Kampanye khusus produk lokal ini tidak hanya memberikan dampak positif bagi Shopee tapi juga sangat menguntungkan bagi para pelaku bisnis atau penjual di Shopee.

Proses kerja departemen *Business Development* dari berbagai kategori membantu tersedianya beragam jenis produk di Shopee dengan harga yang kompetitif. Hal ini menunjukkan karyawan Shopee khususnya departemen *Business Development* membantu pelaksanaan visi yang selalu dibawa dan dipegang oleh Shopee yaitu kepercayaan bahwa kegiatan belanja online harus terjangkau, mudah, dan menyenangkan. Tidak hanya itu, departemen ini mendukung misi Shopee untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia melalui banyak program Shopee yang diadakan untuk meningkatkan eksistensi dan performa toko.

Melihat pentingnya peran departemen *Business Development*, Shopee menumbuhkan keinginan untuk menambah sumber daya manusia (SDM) pada departemen ini. Penambahan tidak hanya dilakukan dengan merekrut karyawan tetap melainkan Shopee juga membuka kesempatan bagi semua pelajar dari berbagai kampus di Indonesia untuk mencoba bekerja di salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia melalui program magang Shopee x Kampus Merdeka. Shopee menyadari adanya jiwa semangat di kalangan pelajar untuk terus tumbuh dan berkembang. Ini dapat menjadi keuntungan bagi Shopee untuk mengembangkan inovasi baru dari para generasi muda yang memiliki rasa ingin tahu besar dan menyukai tantangan. Program magang Shopee x Kampus Merdeka sekaligus membantu Shopee menemukan bibit-bibit unggul yang mampu menjadi pemimpin masa depan.

Dengan mengetahui adanya proyek magang yang mengasah kemampuan bernegosiasi dan besarnya peran karyawan Shopee di departemen *Business Development* dalam hal membantu masyarakat Indonesia baik penjual dan pembeli melakukan transaksi *online* dengan rasa nyaman dan aman, penulis menjadi tertarik

untuk mengikuti program MSIB bagian *Business Development* di perusahaan Shopee. Penulis terdorong untuk belajar lebih dalam cara bisnis yang memiliki dua target pelanggan mampu bekerja secara optimal untuk terus memperluas pasar dan memperoleh rasa puas serta percaya dari semua pelanggannya.

1.2 Lingkup

Pemegang bergabung dalam proyek BBS dan BAU selama menjalankan proyek MSIB.

Tugas pemegang dalam proyek BBS meliputi:

- 1) Melakukan negosiasi kepada pemasok terkait pengisian *trading term*.
- 2) Melakukan follow-up pengisian *trading term* kepada pemasok.
- 3) Memeriksa pengisian formulir *trading term* dan memberikan *feedback* jika diperlukan.

Tugas pemegang dalam proyek BAU meliputi:

- 1) Membantu pengumpulan aset dan koleksi produk penjual ke kampanye Shopee.
- 2) Melakukan negosiasi kepada penjual terkait harga produk yang dikumpulkan pada Flash Sale dan kampanye Shopee.
- 3) Memeriksa kemunculan penjual pada kampanye Shopee.
- 4) Memberikan konfirmasi *approval* ke penjual dalam kampanye Shopee.
- 5) Memenuhi kebutuhan sehari-hari penjual Shopee.

1.3 Tujuan

Adapun tujuan atau hasil mengikuti MSIB yang telah diperoleh, sebagai berikut:

- 1) Menerapkan pembelajaran selama di kuliah ke dalam praktik kerja di lapangan.
- 2) Menjalankan berbagai kegiatan atau pekerjaan baru yang menjadi sumber pengetahuan dan pengalaman.

- 3) Memperluas jaringan (*networking*) melalui interaksi dengan atasan dan rekan Shopee yang dapat digunakan untuk referensi di masa depan.
- 4) Mempelajari manajemen proses dan analisis bisnis yang dilakukan oleh Departemen *Business Development* Shopee Indonesia.
- 5) Menambah pengetahuan baru mengenai cara kerja di perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce*.
- 6) Melatih *interpersonal skills* melalui proyek bersama dengan *manager*, *seller*, dan juga rekan kerja.
- 7) Memahami lebih dalam mengenai cara bisnis memperoleh profit secara nyata (di lapangan) yang teorinya sudah dipelajari pada proses perkuliahan.
- 8) Menghadapi tantangan nyata yang dihadapi oleh bisnis dan mendorong cara berpikir kreatif dan realistis untuk menghadapi setiap tantangan tersebut.
- 9) Melatih diri untuk lebih bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas, pandai mengatur waktu dengan menyusun rencana dan juga skala prioritas, serta bersikap proaktif dalam setiap diskusi.

1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.4.1 Waktu Kerja Magang

Penulis melaksanakan program kerja magang dalam jangka waktu 6 (enam) bulan, dari bulan Desember 2021 hingga Juni 2022 dengan total 800 jam kerja. Pelaksanaan program kerja magang dapat dirinci sebagai berikut:

Nama Perusahaan: Shopee International Indonesia

Bidang Usaha: E-commerce

Periode Magang: 28 Desember - 27 Juni 2022

Total Jam Kerja: 800 jam

Posisi Magang: *Category Management Beauty Intern*

Alamat Kantor: Pacific Century Place (PCP) Tower, 26th Floor SCBD, lot 10.
Jl. Jenderal Sudirman No. 52 - 53, Senayan, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

1.4.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang dilaksanakan penulis di Shopee sebagai tempat pelaksanaan kerja magang adalah:

- 1) Penulis memperoleh informasi dari *website* lowongan kerja bahwa Shopee membuka kesempatan bagi mahasiswa/i untuk mengikuti kegiatan magang.
- 2) Penulis mengirimkan CV (*Curriculum Vitae*) untuk mendaftarkan diri.
- 3) Penulis memperoleh panggilan untuk melakukan *excel test*, wawancara dengan HR, dan wawancara dengan *user*.
- 4) Penulis diterima untuk melakukan praktik kerja magang di Shopee International Indonesia.
- 5) Penulis memeriksa kesesuaian data pada SPM (Surat Perjanjian Magang) dan menandatangani surat tersebut.
- 6) Pihak Shopee x Kampus Merdeka meminta penulis mengisi SPTJM (Surat Pernyataan Tanggungjawab Mutlak) lengkap dengan tanda tangan Kaprodi Manajemen dan Wakil Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
- 7) Penulis mengisi dan melengkapi formulir pendaftaran tempat magang pada *website* merdeka UMN.
- 8) Penulis melakukan praktik kerja magang mulai dari 28 Desember 2021 pada departemen *Business Development Category Beauty*.
- 9) Penulis memenuhi tanggung jawab pelaporan ke kampus dengan mengisi *daily task*, menyusun dan mengumpulkan laporan akhir magang, serta melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing,
- 10) Penulis memperoleh penilaian dari supervisi kerja magang dan dosen pembimbing.
- 11) Penulis memperoleh persetujuan untuk mengikuti sidang magang.
- 12) Penulis melakukan sidang presentasi kerja magang.