

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang serba cepat membuat manusia memasuki era baru yaitu era digital. Era digital menuntut manusia untuk beradaptasi menghadapi gaya hidup yang serba cepat, mudah, efektif dan efisien. *Website* hadir untuk memudahkan pengguna untuk menyebarkan serta mendapatkan informasi secara digital. Pada masa sekarang, kegunaan *website* berkembang dan digunakan untuk berbagai kegiatan. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah berbelanja *online* melalui *website e-commerce*. *E-commerce* sendiri merupakan sebuah proses transaksi baik menjual, membeli, mentransfer, maupun menukar barang atau jasa yang semuanya dilakukan melalui jejaring internet [1].

Salah satu perusahaan yang mulai bergerak di pasar digital dan meluncurkan *website e-commerce* adalah ERHA. Pada awalnya ERHA memasarkan produknya secara *offline*. Seiring berjalannya waktu, kebutuhan masyarakat atas produk kesehatan kulit semakin meningkat, sehingga untuk menjawab permasalahan tersebut, ERHA mulai meluncurkan ERHA Skincare yang menjual produk-produk *personal care* untuk perawatan kulit dan rambut. Mengikuti perkembangan digital, ERHA mulai menjual produknya secara *online* dan menyebar ke berbagai *e-commerce* yang ada di Indonesia untuk memasarkan produk-produknya sehingga dibuat departemen khusus yang bernama ERHA Digital.

Pada masa pandemi COVID-19, produk yang dijual ERHA Digital mengalami peningkatan permintaan dan transaksi karena masyarakat lebih sering berada di rumah dan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang untuk memenuhi kebutuhannya. Meningkatnya jumlah permintaan dan transaksi akan produk kesehatan kulit ini memunculkan sebuah kebutuhan untuk melakukan transaksi jual beli dengan cepat dan praktis tanpa harus melalui rangkaian proses yang panjang.

Website e-commerce yang menjadi saluran jual beli ERHA adalah *website erhastore.co.id* dan *sg.erhastore.com*. Kedua *website e-commerce* ini menjadi peranan penting bagi ERHA Digital karena berfungsi untuk memperluas pasar dari ERHA yang sebelumnya dikenal dari penjualan produk *skincare* dari klinik atau toko *offline*. Untuk memperluas target pasar ke berbagai kalangan, ERHA meluncurkan *brand* baru atau disebut juga dengan *sister brand* yaitu Dermies. Seperti

ERHA, Dermies juga bergerak dibidang kecantikan yang menjual produk *skincare* dari klinik, *marketplace*, dan *website e-commerce* dengan target pasar yaitu remaja. Website *e-commerce* yang menjadi saluran jual beli Dermies adalah *website dermies-store.co.id*. Website *dermies-store.co.id* berada pada tahap pengembangan, sehingga nantinya *website dermies-store.co.id* dapat menjadi peranan penting bagi Dermies dalam memasarkan produk.

Website erhastore.co.id, *website sg.erhastore.com*, dan *website dermies-store.co.id* ini dibuat dan dikembangkan untuk menjadi sumber informasi dan tolak ukur bagi *marketplace* lain dalam menjual produk ERHA dan Dermies. Alasan dibuatnya *website* ini juga karena terdapat segmentasi pasar dimana konsumen membutuhkan validasi *brand* sebagai konsiderasi ketika akan membeli produk ERHA dan Dermies. Selain itu, dengan adanya *website* ini bertujuan agar produk ERHA dan Dermies memiliki kredibilitas melalui *website official e-commerce*.

Website erhastore.co.id ini menjadi salah satu media untuk mencapai target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan. Target penjualan ini ditetapkan dengan melihat dan mempertimbangkan rekam jejak Erhastore dan juga ditambahkan dengan ambisi yang dimiliki Erhastore. Target penjualan ini menjadi tolak ukur untuk melihat kinerja *website* dan strategi dari Erhastore sudah baik atau belum. Ketika target penjualan Erhastore tidak tercapai maka tim Erhastore akan menelaah dan mengevaluasi masalah apa yang terjadi sehingga target tidak tercapai.

Masalah yang terjadi sehingga menghambat tercapainya target penjualan Erhastore adalah proses navigasi yang cenderung membingungkan konsumen dan kecepatan *website* yang cenderung lebih lambat dibandingkan dengan *website e-commerce* lainnya. Melihat adanya kendala tersebut, perlu dilakukan perbaikan pada bagian *user experience* (UX) agar mempermudah konsumen saat menggunakan *website erhastore.co.id*. Perbaikan pada bagian navigasi perlu dilakukan agar konsumen bisa lebih mudah mendapatkan informasi yang sesuai terkait produk ERHA yang dijual di dalam *website erhastore.co.id*. Perbaikan pada bagian navigasi ini dapat dilakukan dengan memperbaiki fitur kategori menjadi lebih sistematis dan membuat *landing page* yang selalu *update* dengan *campaign* yang berjalan di Erhastore, sehingga proses transaksi menjadi lebih mudah, praktis, dan konsumen tidak perlu menghabiskan waktu terlalu lama ketika akan mencari produk ERHA yang dibutuhkan.

Kendala *website* Erhastore yang lainnya adalah kecepatan *website* yang cenderung lebih lambat dibandingkan dengan *website e-commerce* lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan optimasi *website erhastore.co.id* karena kecepatan *web-*

site menjadi salah satu faktor penting dalam proses transaksi. Optimasi *website* ini diperlukan juga untuk meningkatkan *Search Engine Optimization* (SEO) yang akan membantu meningkatkan *traffic website erhastore.co.id*, sehingga mempermudah Erhastore dalam mencapai target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan dengan maksud sebagai berikut.

1. Mendapatkan kemampuan baru dalam *hard skill* dan juga *soft skill* secara langsung dalam dunia kerja.
2. Mengimplementasikan kemampuan praktis terkait pengembangan *website* di ERHA Digital.
3. Mengasah keterampilan pengembangan *website*, komunikasi, dan kerja sama dalam tim.

Pelaksanaan kerja magang memiliki tujuan untuk mengelola *website e-commerce* di ERHA Digital sehingga memberikan kemudahan pada pelanggan yang ingin membeli produk ERHA dan Dermies melalui *website e-commerce*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan di PT Arya Noble Departemen ERHA Digital. Waktu pelaksanaan kerja magang dilakukan selama 6 bulan terhitung dari 7 Agustus 2022 hingga 6 Februari 2023. Pelaksanaan kerja magang dilakukan setiap hari Senin hingga Jumat mulai pukul 07.00 hingga 18.00 WIB dengan waktu istirahat pada pukul 12.00 hingga 13.00 WIB. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan terdapat pelaksanaan kerja magang di hari Sabtu karena menyesuaikan dengan kebutuhan kerja di lapangan.

Pelaksanaan kerja magang dilakukan secara *hybrid* dengan sistem *work from home* (WFH) sebanyak dua kali dalam seminggu dan sistem *work from office* (WFO) sebanyak tiga kali dalam seminggu. Ketika melakukan sistem kerja *work from office*, setiap karyawan diharuskan menggunakan masker di dalam lingkungan kerja.

Dalam pelaksanaan kerja magang, *meeting* dengan beberapa tim lain dan juga vendor dari ERHA dilakukan sebanyak dua kali dalam seminggu. Namun

tidak menutup kemungkinan *meeting* dilakukan lebih dari dua kali dalam seminggu karena menyesuaikan dengan kebutuhan kerja yang fleksibel. Di setiap selesai jam kerja, *daily task* yang sudah dikerjakan perlu dilaporkan di setiap harinya kepada supervisi melalui aplikasi Slack. Presensi pelaksanaan kerja magang dilakukan dengan mengisi format presensi yang diberikan oleh perusahaan melalui Microsoft Excel dan harus ditandatangani oleh supervisi lapangan. Setelah mendapatkan tanda tangan dan persetujuan dari supervisi, data presensi dikirim ke email perusahaan pada tanggal 14 setiap bulan.

