

BAB I

PENDAHULUAN

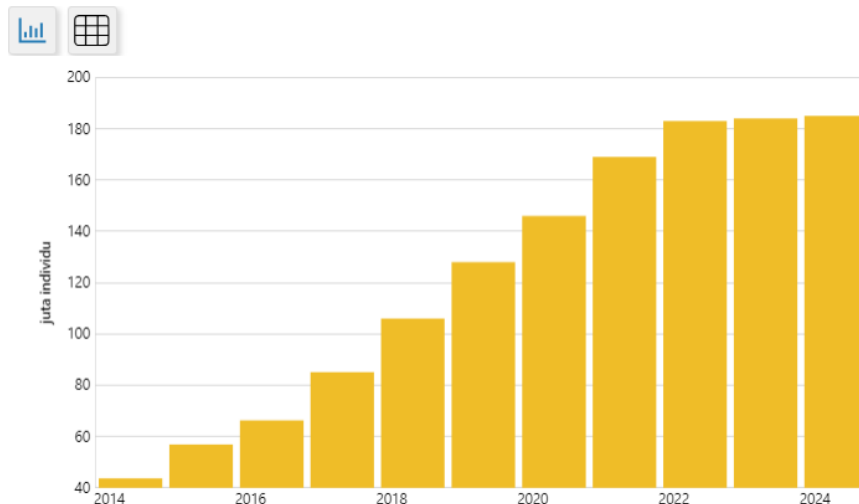
1.1 Latar Belakang

Industri Kecantikan selalu berkembang di setiap tahunnya, awalnya Industri *skincare* selalu melakukan penjualannya secara *offline* dikarenakan adanya *tester*. Menurut (Dinillah, Gunawan, & Sinansari, 2021, pp. 96- 97), Adanya pandemi di 2020-2021 sempat menurunkan penjualan di bidang kecantikan dan kosmetik membuat adanya inovasibaru yang muncul. Inovasi penjualan yang muncul setelah adanya pandemi adalah penjualan yang dilakukan secara online menggunakan teknologi pada *platform e-commerce* yang menyediakan teknologi *Augmented Reality* (AR). Pada *platform e-commerce* konsumen kosmetik diberikan kesempatan untuk melakukan percobaan kosmetik secara virtual. Dengan adanya fitur ini, konsumen dapat melihat bagaimana produk kosmetik akan terlihat di wajah mereka sebelum memutuskan untuk membelinya. Menurut Website Portal Informasi Indonesia, Dalam laporan Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetika Indonesia (PPA Kosmetika Indonesia), tercatat bahwa sektor industri kosmetika Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan sebesar 21,9 persen. Jumlah perusahaan yang terlibat dalam industri ini meningkat dari 913 pada tahun 2022 menjadi 1.010 pada pertengahan tahun 2023. (Waluyo,2023)

Di era globalisasi ini, internet menjadi sangat penting bagi masyarakat. Internet sendiri sudah sangat banyak digunakan di berbagai kalangan. Internet ini sangat memudahkan setiap orang untuk melakukan kegiatannya sehari-hari. Perkembangan dari dunia ini sangat berdampak bagi setiap manusia di dunia ini, adanya perkembangan dari segi ilmu pengetahuan dan teknologi di era ini bisa mengubah cara pandang, pola pikir, dan pola kehidupan manusia. (Hidayah, 2022)

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)

databoks



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2014-2024)

Sumber : *Katadata.co.id*

Berdasarkan data yang diambil dari *We Are Social* (Annur, 2024), pada bulan Januari 2024 terdapat sekitar 185 juta individu yang menggunakan internet di Indonesia. Jumlah ini setara dengan 66,5% dari total populasi nasional yang mencapai 278,7 juta orang. Pada awal tahun ini, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sekitar 1,5 juta orang, atau mengalami peningkatan sebesar 0,8% dibandingkan dengan Januari 2023. Berdasarkan data di atas bisa kita lihat bahwa setiap tahun internet akan mengalami peningkatan dalam jumlah penggunanya.

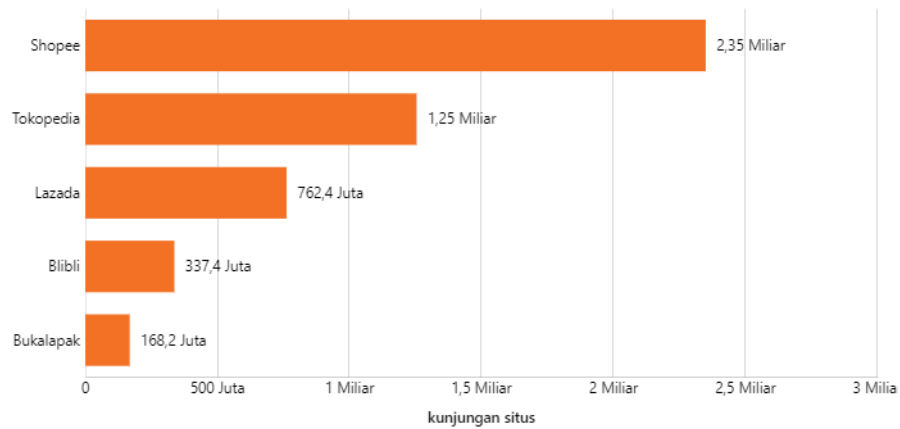
Adanya internet juga mengubah banyak perilaku masyarakat yang salah satunya adalah masyarakat sendiri yang dahulu berbelanja secara konvensional tetapi sekarang sudah mulai beralih kepada belanja *online*. Belanja *online* telah menjadi fenomena budaya yang populer dan terus berkembang saat ini. Pertumbuhan budaya ini sejalan dengan kemajuan teknologi komunikasi dan perkembangan media baru yang sangat cepat. Peningkatan aktivitas belanja *online*

dalam masyarakat tidak terlepas dari kemajuan teknologi informasi dan adanya perkembangan teknologi yang menciptakan media-media baru. (Rozi & Sazali, 2020)

Dampak ini mendorong para pengusaha untuk menciptakan inovasi baru dengan memanfaatkan internet dalam kegiatan bisnis elektronik (*e-bisnis*). *E-commerce* merupakan pasar online yang memungkinkan pembelian dan penjualan produk serta jasa. Di Indonesia, *e-commerce* pertama kali muncul pada awal abad ke-20. Terdapat empat model bisnis yang berbeda yang muncul di Indonesia, yaitu *B2B* (bisnis ke bisnis), *B2C* (bisnis ke konsumen), *C2B* (konsumen ke bisnis), dan *C2C* (konsumen ke konsumen). Beberapa contoh startup yang terkenal di Indonesia meliputi Zalora, Blibli, Bukalapak, Kaskus, Lazada, Tokopedia, dan beberapa startup lainnya. (Syarif, Hannum, Wahyuni, & Nurbaiti, 2023)

PT Arya Noble ini merupakan salah satu perusahaan yang berpusat di Indonesia yang memanfaatkan *E-commerce* dalam melakukan usahanya. PT Arya Noble sendiri bergerak di bidang kecantikan dan perawatan diri. Dari riset yang dibuat oleh Fimela.com (Mecadinisa, 2021) yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Statista.com (2021), segmen industri kecantikan dan perawatan pribadi diperkirakan akan mengalami pertumbuhan sebesar 6,46% setiap tahunnya dari tahun 2021 hingga 2025. Pertumbuhan ini didorong oleh peningkatan penjualan secara online yang diperkirakan akan mencapai 25% pada tahun 2021. PT Arya Noble sendiri mempunyai berbagai brand kecantikan dan perawatan diri, salah satunya yang paling dikenal adalah Erha Skincare. Erha sendiri mempunyai *Sister brand* yaitu *Dermies By Erha*, *Naturally Speaking by Erha*, dan *Hairoic by Erha*. Ketiga brand tersebut merupakan brand yang cukup baru dibandingkan dengan brand yang lainnya. Dalam penjualannya, Perusahaan ini memanfaatkan *E-commerce* dalam melakukan penjualan ketiga brand tersebut. Platform *E-commerce* yang digunakan oleh Perusahaan ini adalah *Shopee*, *Tokopedia*, *Tiktok*, dan *Lazada*.

5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023)*



Gambar 1. 2 Lima E-commerce dengan Pengunjung terbanyak di Indonesia

Sumber : *Katadata.co.id*

Menurut data yang diperoleh dari Katadata, Shopee, Tokopedia, dan Lazada merupakan 3 *platform e-commerce* yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Dalam rentang waktu Januari hingga Desember 2023, total kunjungan situs Shopee mencapai sekitar 2,3 miliar, yang jauh melebihi pesaing-pesaingnya. Pada periode yang sama, situs Tokopedia mencatat sekitar 1,2 miliar kunjungan, sedangkan situs Lazada mencatat 762,4 juta kunjungan. (Ahdiat, 2024) Dari data tersebut, kita bisa lihat bahwa perusahaan ini sudah memilih *platform* yang cukup tepat untuk melakukan penjualannya. Banyaknya *e-commerce* yang digunakan ini membuat adanya divisi yang mengurus *Sales Marketing* di setiap brand.

Divisi *Social Media Marketing Sales Intern* mengadakan sesi *live streaming* untuk mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan, membantu pelanggan dengan pertanyaan dan keluhan terkait produk, menangani tugas administratif terkait *live streaming* penjualan, mengelola *platform e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada dan Tiktok Shop, dan mengatur promo khusus untuk tiga merek di *e-commerce* tersebut. Di dalam divisi ini berfokus untuk menaikkan *sales* bukan untuk menaikkan *awareness*. Di dalam divisi ini juga harus adanya riset dan analisis terkait minat masyarakat, seperti harus adanya riset untuk

mengetahui jam dan hari terbaik untuk melakukan *live* untuk bisa meningkatkan penjualannya, selain itu kita juga harus mengetahui jam terbaik untuk mengatur *flash sale* di setiap *e-commerce*. Selain melakukan riset dan analisis kita juga harus melakukan evaluasi seperti yang sudah di targetkan setiap tahunnya dengan melakukan pencatatan tiap penjualan dan *traffic* yang didapatkan setiap hari di semua *e-commerce*.

Penulis memilih pekerjaan di perusahaan ini karena penulis sadar bahwa selama perkuliahan kita hanya diajarkan pengertian *e-commerce*, trend *e-commerce*, dan pengertian umum lainnya, sedangkan adanya pekerjaan ini memperluas pengetahuan penulis bahwa *e-commerce* itu sangat luas. Perusahaan ini juga merupakan salah satu perusahaan yang besar di bidang perawatan & kecantikan. Oleh sebab itu, penulis memilih bekerja di bidang *Social Media Marketing Sales Intern* di Perusahaan Arya Noble untuk memperluas pengetahuan mengenai *e-commerce* seperti *Tools* yang digunakan di *e-commerce*, *dashboard e-commerce*, *trend e-commerce* dan masih banyak lagi. Arya Noble sendiri sudah menjadi *Indonesia Wow Brand 2019*, penghargaan ini juga membuktikan bahwa Arya Noble sudah menjadi salah satu *Top Brand* di Indonesia.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini merupakan mata kuliah yang diwajibkan untuk semua mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara untuk memenuhi syarat kelulusan. Dalam konteks ini, tujuan dari kerja magang sebagai *Social Media Marketing Sales Internship* di PT Arya Noble adalah

1. Dapat mengimplementasikan ilmu dari mata kuliah *Digital Strategic Communication & Data*, dan *Sales Promotion* ke dalam praktik kerja magang di PT Arya Noble.
2. Ingin mendapatkan ilmu terkait dengan strategi *Sales Marketing* dan *Quantitative Research in Digital Media* yang dilakukan oleh PT Arya Noble dalam menaikkan penjualannya.

3. Dapat mengembangkan diri dan mempelajari lebih dalam di bidang *e-commerce*, menganalisis kompetitor, bekerja secara teliti, dan menganalisis promosi yang baik untuk digunakan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Durasi kerja magang berlangsung selama 640 jam kerja sesuai dengan pedoman MBKM Magang *Track 1* Universitas Multimedia Nusantara. Kerja magang akan berlangsung mulai tanggal 19 Juni 2023 hingga 30 November 2023, dengan pelaksanaan secara *Work From Office (WFO)* pada hari Senin hingga Jumat dari pukul 08.30 hingga 18.00.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada Prosedur Magang terdapat tahap-tahapan yang harus diikuti untuk pelaksanaan kerja magang, yaitu;

A. Tahap Administrasi Kampus

- 1.) Ikut Serta dalam pemilihan mata kuliah *Internship* pada saat Pra KRS dan KRS,
- 2.) Melakukan registrasi di website Merdeka UMN,
- 3.) Melakukan pengajuan perusahaan melalui website merdeka UMN kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk memperoleh persetujuan tempat magang dari Kepala Program Studi Ilmu komunikasi Universitas Multimedia Nusantara,
- 4.) Mengirimkan *Acceptance Letter* yang sudah disiapkan dari pihak UMN untuk PT Arya Noble,
- 5.) Melakukan Tanda Tangan Kontrak dengan PT Arya Noble yang berisikan kontrak waktu bekerja yang ditentukan oleh PT Arya Noble,

- 6.) Melaksanakan pembekalan magang yang diadakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dengan persyaratan waktu selama 207 jam.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1.) Mengirimkan Curriculum Vitae (CV) kepada pihak PT Arya Noble melalui Form pendaftaran yang didapat dari CDC,
- 2.) Penulis dikabarkan oleh HRD dari PT Arya Noble untuk melakukan tahap wawancara/*Quick Call* pertama mengenai *Job-Desc* dan waktu bekerja,
- 3.) Penulis diundang untuk melakukan wawancara dengan *User/Manager* melalui *Google Meet* guna membahas data diri dan pengalaman yang tertampil di *Curriculum Vitae* (CV),
- 4.) HRD menghubungi Kembali dan mengabarkan bahwa penulis diterima di PT Arya Noble dan diminta untuk masuk di tanggal 5 Februari 2024.

C. Proses Pelaksanaan Kerja Magang

- 1.) Praktik Kerja Magang di PT Arya Noble dimulai sesuai dengan kontrak pada tanggal 5 Februari 2024 – 5 Agustus 2024,
- 2.) Selama pelaksanaan kerja magang, penulis mendapatkan pendampingan langsung dari Victoria M. K Harefa sebagai *Supervisor* Penulis.

D. Proses Pembuatan Laporan Magang

- 1.) Tahap Pembuatan laporan Magang ini dibimbing secara langsung oleh Maria Advenita Gita Elmada selaku dosen Pembimbing Magang.0

E. Sidang Magang