

# BAB I

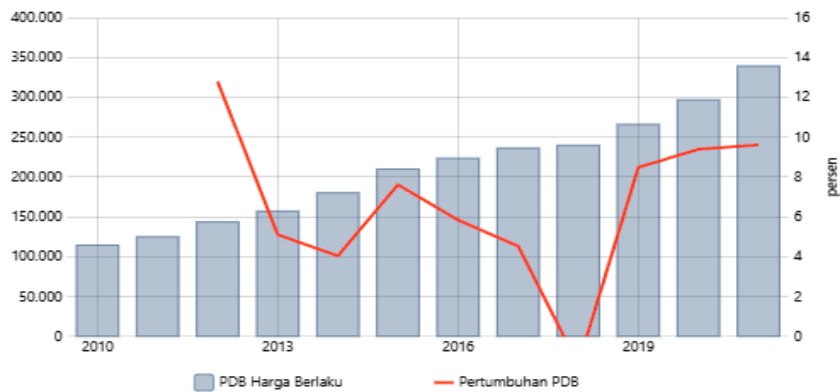
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki banyak sekali industri yang berperan penting dalam masyarakat. Salah satu industri tersebut adalah *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG). *Fast Moving Consumer Goods* merupakan sebuah industri yang menghasilkan barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam kehidupan mereka. Para pelanggan paling sedikit akan membeli produk yang dikategorikan dalam *fast moving consumer goods* setidaknya satu kali sebulan. Produk *Fast Moving Consumer Goods* biasa dikategorikan menjadi 3 macam, yaitu perawatan rumah tangga, perawatan pribadi, dan makanan & minuman. Contoh produk perawatan rumah tangga seperti pembasmi serangga, sabun cuci, pembersih kaca, dan lain-lainnya. Perawatan pribadi seperti kosmetik, shampo, sabun, pasta gigi, dan lain-lainnya. Makanan dan minuman seperti kopi, sayuran, teh, makanan ringan, soda, jamu, dan lain-lainnya (Putlia & Alphin, 2021).

Salah satu kategori perusahaan FMCG yang mengalami kenaikan adalah jamu. Jamu merupakan sejenis racikan yang memuat tumbuhan, bahan mineral, bahan hewan, sari, atau campuran dari semua itu yang digunakan untuk pengobatan masyarakat secara turun temurun. Jamu dikategorikan sebagai obat tradisional yang manfaatnya terujikan secara turun temurun atau empiris. Bahan-bahan yang terkandung dalam jamu harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan meskipun tidak wajib melakukan standarisasi (Wicaksono, 2023).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 1. 1 Industri Kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional Terus Tumbuh di Masa Pandemi Covid-19  
Sumber: Databoks.id (2022)

Berdasarkan databoks.id 2022, Industri kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional pada 2010-2021 mengalami kenaikan secara bertahap. Seperti pada 2019, subsektor ketiga industri tersebut menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp 265,92 miliar dan memiliki pertumbuhan sebesar 8,48%. Pada 2020, ketiga subsektor industri tersebut menyumbang PDB sebesar Rp 296,71 dan memiliki pertumbuhan sebesar 9,39%. Pada 2021, ketiga subsektor industri tersebut menyumbang PDB sebesar Rp 339,18 miliar dan memiliki pertumbuhan sebesar 9,61%.

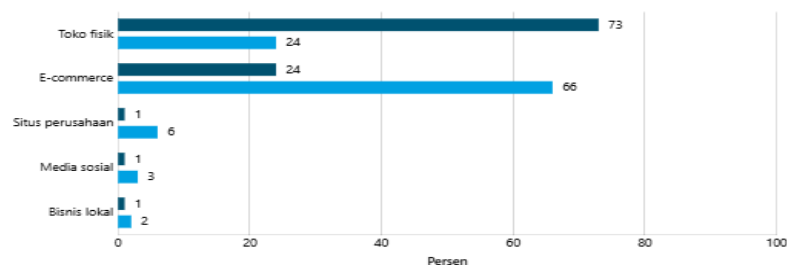
Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang obat tradisional (jamu) adalah PT. Bintang Toedjoe. PT. Bintang Toedjoe merupakan perusahaan yang menjual suplemen kesehatan, jamu, dan obat herbal sejak 1946. Produk yang dijual Bintang Toedjoe seperti Bejo, Puyer, Extra Joss, Komix, dan lainnya. Selain PT. Bintang Toedjoe, terdapat suatu perusahaan yang menjadi kompetitor terbesar yaitu PT. Sido Muncul. PT. Sido muncul merupakan perusahaan yang menjual jamu dan obat herbal. Produk-produk yang dijual Sido Muncul sering sekali didengar oleh masyarakat seperti Tolak Angin, Esemag, Jamoe Lifestyle, Nonik, Kuku Bima, dan lainnya.

PT. Bintang Toedjoe dipilih oleh pemegang dikarenakan pemegang memiliki ketertarikan terhadap industri yang mayoritas pelanggannya adalah orang tua, namun harus bisa beradaptasi terhadap perkembangan zaman yang cukup signifikan

dengan kehadiran teknologi informasi. Saya juga memiliki ketertarikan dengan industri yang sudah berdiri sejak lama dan berhasil meraih HR Asia Best Company to work in Asia, 31 Mei 2024. Sebuah perusahaan yang sudah berdiri sejak lama dan mendapatkan penghargaan pastinya memiliki jenjang karir yang bagus.

Saya sebenarnya mendaftar untuk menjadi digital marketing intern, namun mendapatkan offering menjadi *e-commerce* intern. Saya tidak masalah dikarenakan saya memilih perusahaan untuk belajar bagaimana sebuah perusahaan lama yang cenderung menjual secara offline harus melakukan adaptasi dan menjual secara online di *marketplace*.

*E-commerce* ini tentunya penting untuk memperluas pasar dan mengalahkan kompetitor. Hal ini diperkuat dengan adanya tren belanja yang berubah sejak terjadinya Covid-19.



Gambar 1. 2 Konsumen Beralih Beli Produk Non-Makanan di E-Commerce saat Pandemi Covid-19

Sumber: Databoks.id (2020)

Berdasarkan databoks.id 2020, pada 2019 terjadi perubahan kebiasaan pembelian produk non-makanan di Indonesia. Sekitar 73% responden memilih untuk membeli produk non-makanan secara langsung di toko fisiknya sebelum pandemi. Namun, setelah pandemi terjadi banyak masyarakat beralih untuk membeli produk non-makanan sebesar 66% di *e-commerce*. Tentunya ini menjadi peluang untuk banyak perusahaan untuk memperluas pasar melalui *e-commerce*. Salah satu perusahaan yang menggunakan *e-commerce* untuk memperluas pasar adalah PT. Bintang Toedjoe

*E-commerce* specialist merupakan bagian strategis dalam mengelola bisnis perusahaan secara online. *E-commerce specialist* memiliki beberapa tugas seperti

melakukan evaluasi performa terhadap *e-commerce*, membuat strategi pemasaran, memantau stok barang, melakukan kolaborasi produk dengan pihak eksternal, dan lain-lainnya (Purwadhika, 2024). *E-commerce specialist* di PT. Bintang Toedjoe sedikit berbeda dengan *e-commerce specialist* pada umumnya. *E-commerce specialist* di PT. Bintang Toedjoe berada di divisi Marketing & Sales Support (Channel), sebuah divisi yang bertanggung jawab untuk melakukan *support* terhadap divisi Marketing.

Selain itu, *e-commerce specialist* di PT. Bintang Toedjoe juga menggunakan *enabler*, sebuah perusahaan yang menjual jasa untuk mengelola *official store* Bintang Toedjoe. Hal ini menyebabkan *e-commerce specialist* di PT. Bintang Toedjoe memiliki kemudahan dalam mengevaluasi performa produk, membuat strategi pemasaran, membuat rencana kampanye penjualan, menangani keluhan pelanggan, melakukan administrasi *e-commerce*, dan *mencari gimmick* untuk produk Bintang Toedjoe di Shopee, Tokopedia, Blibli, Bukalapak, dan Tiktok Shop.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan magang di PT. Bintang Toedjoe memiliki 3 tujuan, yaitu:

1. Mengetahui dan mempelajari proses kerja E-Commerce pada divisi *Channel* PT. Bintang Toedjoe.
2. Meningkatkan *soft skill* komunikasi dengan berpartisipasi aktif dalam memenuhi 30 administrasi *e-commerce* untuk mengurangi kebiasaan *overthinking* dan menjadi lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan orang lain dalam waktu 3 bulan.
3. Meningkatkan *hard skill* menggunakan *microsoft excel* dan melakukan analisa produk sederhana dalam kurun waktu 3 bulan analisa produk sederhana.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Praktek kerja magang dilaksanakan di PT. Bintang Toedjoe sebagai *e-commerce intern* berlangsung dari 5 Agustus 2024-4 Februari 2025 dengan durasi minimal 640 jam sesuai ketentuan Panduan Magang MBKM Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Praktek kerja magang ini dilakukan di kantor pusat PT. Bintang Toedjoe yang berlokasi di Jl. Pulomas Selatan Kav. No.3, RT.3/RW.13, Kayu Putih, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13210. Jam kerja pemagang mengikuti waktu masuk dan pulang kantor yaitu pukul 08.30 WIB hingga 17.00 WIB.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur pelaksanaan kerja magang track 1 dimulai ketika pemagang mengirimkan CV dan Cover Letter melalui akun resmi PT. Bintang Toedjoe di aplikasi JobStreet. Ketika pemagang melamar posisi magang, pemagang sebenarnya melamar untuk posisi *digital marketing intern*. Pada 9 Juli 2024, pemagang mendapatkan pesan whatsapp menanyakan apakah pemagang ingin dilanjutkan ke tahap berikutnya. Kemudian, pada 10 Juli 2024, pemagang mendapatkan undangan konfirmasi untuk interview dengan salah satu HRD PT. Bintang Toedjoe. Interview dilaksanakan pada 11 Juli 2024 dengan menggunakan aplikasi Zoom pada jam 11.00 WIB. Setelah 1 minggu tepatnya pada 18 Juli 2024, pemagang mendapatkan undangan interview lanjutan bersama user PT. Bintang Toedjoe. Pemagang melaksanakan interview dengan 5 user dilaksanakan pada 25 Juli 2024. Dalam sesi interview tersebut, pemagang diberikan waktu untuk mempresentasikan CV dan portofolio yang sudah dibuat. Kemudian, pada 30 Juli 2024, pemagang mendapatkan panggilan dari HRD PT. Bintang Toedjoe yang menyatakan bahwa pemagang berhasil lolos namun dialihkan menjadi *e-commerce intern*. Pemagang menerima hal tersebut dan pada 31 Juli 2024, mendapatkan email pengantar mengenai dokumen-dokumen yang harus dibawa saat hari pertama magang. Dokumen tersebut berupa fotokopi ijazah, pas

foto, fotokopi rekening bank, transkrip sementara, dan surat penyelesaian magang (jika pernah melakukan magang lain).

Pada hari pertama, pemegang mengikuti orientasi yang dilakukan oleh PT. Bintang Toedjoe. Kegiatan orientasi ini dilakukan untuk memperkenalkan pemegang dan anak magang lainnya terhadap struktur, divisi, Mentor, manajer, dan tugas yang akan dilakukan oleh para pemegang di PT. Bintang Toedjoe. Dalam sesi orientasi ini, pemegang dan pemegang lainnya disatukan untuk membangun team building dan koneksi dengan lainnya. Kegiatan magang seharusnya dimulai pada hari kedua. Namun, Mentor pemegang sedang melakukan latihan bulanan untuk para *Brand Officer* sehingga aktivitas briefing mengenai tugas pemegang baru bisa dilakukan pada hari keempat.

Pada hari keempat, pemegang melakukan briefing mengenai tugas yang biasa dilakukan oleh Mentor ke pemegang. Tugas tersebut berupa administrasi *e-commerce*, market research, dan marketing campaign. Selain briefing mengenai tugas, Mentor pemegang juga meminta pemegang untuk mendapatkan product knowledge mengenai produk PT. Bintang Toedjoe yang baru yaitu Femmy dan EJ Sport. Pemegang mendatangi *Brand Officer* produk Femmy dan EJ Sport untuk mendapatkan product knowledge tersebut. Di dalam PT. Bintang Toedjoe, semua *Brand Officer* merupakan orang-orang yang sudah menyelesaikan Supervisor Development Program (SDP). Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua *Brand Officer* di PT. Bintang Toedjoe setara dengan supervisor.

Semua aktivitas yang dilakukan oleh pemegang selama menjalani praktek kerja magang dicatat menggunakan spreadsheet yang diberikan oleh perusahaan bernama Praktik Kerja Industri (Prakerin). Selain itu, pemegang juga rutin berkoordinasi dengan Mentor, pemegang lain, dan *Brand Officer* lain untuk mendapatkan pengetahuan dan insight mengenai tugas-tugas yang diberikan. Ketika pemegang sudah beberapa hari di perusahaan, pemegang juga mengajukan magang kepada UMN melalui linktree yang sudah diberikan oleh kampus, Pemegang menunggu waktu yang cukup lama untuk mendapatkan surat rekomendasi bahwa pemegang dapat melakukan magang di PT. Bintang Toedjoe. Pemegang juga meminta surat

penerimaan magang kepada HRD yang menginterview pemegang dulu untuk melengkapi syarat administrasi UMN. Setelah semuanya sudah lengkap, dilakukan registrasi di website [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id) dan diunggah. Setelah diterima oleh HoD dan PIC, pemegang mengklik “generate cover letter” untuk melengkapi forum MBKM 01. Setelah diterima, pemegang harus mengisi informasi detail mengenai tempat, kontak supervisor, dan surat penerimaan magang di PT. Bintang Toedjoe. Setelah selesai, semua informasi tersebut diunggah sebagai bentuk forum MBKM 02. Pengisian daily task dimulai sesuai tanggal penerimaan magang pada 5 Agustus 2024 hingga 4 Februari 2025. Setelah memenuhi 640 jam kerja dan 207 advisor, pemegang dapat mendownload daily task yang akan digunakan sebagai forum MBKM 03. Selain itu, pemegang juga memenuhi bimbingan dengan dosen pembimbing bernama Dr. Henilia Yulita SE.,MM.,M.I.Kom sebanyak 8 kali menggunakan google meet. Bimbingan ini hanya dapat dilaksanakan pada jam dan hari kerja yaitu senin-jumat pukul 08.00-17.00 sesuai permintaan dosen pembimbing.

