

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Pada awal masa magang di PT Coolvita Maju Sehat, posisi yang dijalankan adalah sebagai Business Development Intern di bawah bimbingan Hendy selaku user. Tugas utamanya adalah melakukan blasting kepada KOL TikTok untuk mengajak mereka bergabung dalam campaign 50K Project Video Coolvita. Selain itu, juga bertugas mengirimkan briefing dalam bentuk pesan broadcast yang berisi panduan pembuatan konten. Briefing ini diberikan agar para KOL memahami konsep dan arahan kerja sama yang sesuai dengan brand Coolvita.

Dalam proses kerja sama tersebut, data KOL yang telah setuju dikumpulkan untuk pengiriman sampel produk. Data tersebut kemudian diberikan kepada tim pengiriman agar dapat segera diproses. Setelah pengiriman, dilakukan juga oleh bagian dari tim pengiriman untuk melakukan tracking atau pelacakan untuk memastikan bahwa sampel telah sampai kepada KOL. Hasil dari proses blasting dan pelacakan ini dilaporkan secara berkala kepada user. Koordinasi dilakukan bersama tim pengiriman dan tim konten agar proses kerja sama dengan KOL berjalan lancar.

Setelah campaign 50K Project selesai, posisi kemudian dipindahkan ke divisi Team Operation Intern. Perpindahan ini terjadi karena tidak ada kelanjutan campaign dan tim operasional membutuhkan tambahan *intern* untuk membantu kegiatan harian. Pada posisi baru ini, tugas bergeser dari kerja sama dengan KOL menjadi kegiatan yang lebih fokus pada operasional platform e-commerce Coolvita.

Sebagai Team Operation Intern yang berada di bawah bimbingan Dhani Pratama, tugas utama adalah melakukan price check atau pengecekan harga secara rutin di TikTok Shop. Pengecekan ini dilakukan pada tiga akun utama yaitu Coolvita Indonesia, Coolvita ID, dan Coolvita Shop yang dikelola langsung oleh tim. Hasil price check direkap dan dikirimkan kepada VP

E-Commerce untuk ditinjau dan disesuaikan dengan kebijakan harga perusahaan. Proses ini dilakukan bersama tim e-commerce agar harga yang tampil di toko tetap sesuai standar.

Tugas lainnya adalah melakukan pengecekan Order Volume Limit (OVL) pada platform Tokopedia. Dalam tugas ini juga dilakukan rekap terhadap jumlah pemesanan dan nilai penjualan atau GMV (Gross Merchandise Value). Hasil rekap OVL ini kemudian dilaporkan kepada VP-E Commerce sebagai bahan evaluasi dan pemantauan performa penjualan. Tugas ini dikerjakan dengan koordinasi bersama tim logistik dan tim data agar data yang digunakan akurat dan dapat diproses dengan baik.

Selain itu, Team Operation juga bertanggung jawab untuk melakukan quality check terhadap konten video dari Top Creator TikTok sebelum konten tersebut dipublikasikan. Tugas ini dilakukan untuk memastikan bahwa konten promosi tidak melanggar ketentuan dan sesuai dengan standar peraturan dari platform TikTok. Proses quality check ini melibatkan kerja sama dengan tim konten untuk menjaga kualitas serta kejelasan pesan yang ingin disampaikan.

Seluruh tugas yang dijalankan selama masa magang ini dilakukan dengan koordinasi yang baik bersama divisi terkait, sehingga dapat membantu kelancaran kegiatan operasional dan menjaga kualitas promosi serta penjualan produk Coolvita.

### **3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang**

Dalam menjalani peran sebagai Team Operation Intern, pemahaman terhadap tanggung jawab dan alur kerja yang dilakukan setiap harinya menjadi hal yang sangat penting. Posisi ini bukan hanya sekadar membantu pekerjaan tim, tetapi juga menjadi bagian dari jalannya operasional yang mendukung keberlangsungan aktivitas perusahaan secara menyeluruh. Sebelum masuk ke dalam penjelasan detail mengenai proses kerja, penting untuk mengetahui bahwa posisi ini menuntut ketelitian, kecepatan dalam memahami instruksi, serta kemampuan beradaptasi dengan sistem kerja dan alat yang digunakan tim secara digital. Seorang intern di bagian operation juga harus bisa bekerja secara mandiri

namun tetap mampu berkolaborasi, karena banyak tugas yang berkaitan langsung dengan tim marketing, tim konten, maupun bagian pengelolaan produk. Dengan memahami konteks ini terlebih dahulu, akan lebih mudah untuk mengikuti alur kerja dan tanggung jawab yang dijalankan selama menjalani internship di posisi ini.

No	Pekerjaan	Deskripsi
1	Melakukan Price Check	Melakukan pengecekan harga rutin sebanyak dua kali sehari pada akun utama Coolvita Indonesia dan Coolvita Shop. Proses ini dilakukan dengan mencocokkan harga produk di toko dengan data internal yang disiapkan oleh tim. Tugas ini penting untuk menjaga akurasi harga dan konsistensi brand di platform e-commerce.
2	Quality Video Top Creator	Melakukan pengecekan dua lapis terhadap video promosi dari kreator TikTok dan Tim China. Pengecekan ini mencakup tiga aspek utama: <i>violation words</i> , <i>overclaim</i> , dan <i>misinformation</i> untuk memastikan konten sesuai aturan TikTok dan standar internal Coolvita.
3	Melakukan Update OVL (Order Volume Limit)	Mengecek batas maksimum pesanan harian ( <i>Order Volume Limit</i> ) di Tokopedia sebanyak lima kali sehari. Data diperoleh dari fitur "Wawasan Toko" dan digunakan untuk memastikan toko dapat terus menerima pesanan tanpa gangguan dari sistem Tokopedia.
4	Melakukan Recap Data GMV (Gross Margin Value)	Melakukan recap data GMV ( <i>Gross Merchandise Value</i> ) harian dari akun Coolvita Vitamin, Indoshare, dan MissU2 sebagai tolok ukur performa penjualan. Data ini digunakan untuk analisis internal dan disusun dalam bentuk spreadsheet mingguan

5	Membuat Flash Sale Tokopedia	Menginput dan menjadwalkan produk untuk program <i>Flash Sale</i> di Tokopedia. Tugas ini dilakukan melalui fitur yang disediakan di Seller Center Tokopedia dan bertujuan untuk meningkatkan trafik serta penjualan dalam waktu terbatas.
---	------------------------------	--

Tabel 3.1 Uraian Kerja Magang

Sebagai bagian dari tim operation di Coolvita, salah satu tugas utama yang dilakukan adalah melakukan price check atau pengecekan harga secara rutin di platform TikTok Shop. Tugas ini penting karena berkaitan langsung dengan pengelolaan harga produk yang dijual melalui akun resmi di TikTok. Dengan memastikan bahwa harga yang ditampilkan di TikTok Shop sudah sesuai dengan standar dan strategi penetapan harga perusahaan, tim operation membantu menjaga konsistensi brand, menghindari kesalahan harga, dan memastikan pengalaman belanja yang profesional bagi pelanggan.

### 1. Price Check untuk akun Coolvita Indonesia dan Coolvita Shop

The image shows a screenshot of a large data table with many columns and rows. The columns include Product Name, Price, and various status indicators. The rows list numerous products, likely from the Coolvita brand, and their corresponding prices and other details. The table is organized into several sections, possibly representing different product categories or time periods.

Gambar 3.1 Data price check Tiktok Shop Cool Vita Indonesia

Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Sebagai bagian dari tim operation di Coolvita, salah satu tugas utama yang secara konsisten dijalankan oleh penulis selama masa magang adalah melakukan *price check* atau pengecekan harga secara rutin di platform *TikTok Shop*. Tugas ini terlihat sederhana di permukaan, namun dalam praktiknya

memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kelangsungan dan stabilitas operasional *e-commerce* perusahaan. Tanggung jawab ini menempatkan penulis sebagai salah satu pengawas pertama yang memastikan bahwa informasi harga yang tampil di depan konsumen selalu *akurat, kompetitif*, dan sesuai dengan strategi perusahaan.

*Price check* dilakukan dengan sangat terfokus, terutama pada dua akun utama perusahaan, yaitu *Coolvita Indonesia* dan *Coolvita Shop*. Kedua akun ini bukan hanya sekadar etalase digital, tetapi juga merupakan *pusat utama penjualan dan interaksi pelanggan*, dengan *traffic* tinggi dan ekspektasi konsumen yang besar terhadap kredibilitas *brand*. Oleh karena itu, setiap harga yang tampil di akun ini harus dicek secara detail, mulai dari harga normal, harga diskon, *promo bundling*, hingga keterkaitan harga dengan *voucher* dan *campaign* aktif. Kesalahan sekecil apa pun, misalnya selisih harga Rp1.000, bisa berdampak pada *trust* pelanggan, *feedback* negatif, bahkan pembatalan pembelian.

Dalam praktiknya, penulis menjalankan *price check* sebanyak dua kali sehari, yaitu di pagi hari pukul 09.00 dan siang pukul 13.00. Proses ini dilakukan dengan membuka akun *TikTok Shop* masing-masing, kemudian mencocokkan satu per satu harga produk yang tampil di toko dengan data internal yang sudah disiapkan oleh tim, khususnya *sheet* referensi harga yang dikelola oleh *VP E-Commerce*. Bila ditemukan ketidaksesuaian, penulis langsung melaporkannya kepada atasan, baik melalui platform komunikasi internal maupun secara langsung jika bersifat mendesak. Tugas ini melatih penulis untuk bekerja dengan tingkat ketelitian yang tinggi, kecepatan dalam menangkap perbedaan harga, serta konsistensi dalam pencatatan data harian.

Menariknya, *price check* tidak hanya sebatas “melihat harga”, tapi juga menjadi media pembelajaran bagi penulis dalam memahami strategi penetapan harga dinamis dalam dunia digital. Penulis belajar bagaimana harga bisa berubah karena *promo musiman, flash sale*, atau kebijakan kompetitor. Penulis juga mulai memahami bagaimana harga yang ditentukan tidak hanya mempertimbangkan margin keuntungan, tetapi juga citra *brand*, posisi pasar, dan



Sementara itu, akun-akun lainnya seperti Toko Coolvita, Coffee by Coolvita, Slimkip, Healthybeauty18, dan Coolvita GYM tidak termasuk dalam cakupan price check harian. Hal ini disebabkan karena akun-akun tersebut memiliki karakteristik sebagai akun pendukung, dengan volume penjualan yang lebih kecil dan tidak berada dalam prioritas pengawasan utama. Fokus price check hanya diarahkan pada akun utama bertujuan untuk menciptakan efisiensi kerja tim, memaksimalkan alokasi waktu, serta menghindari beban kerja berlebihan yang dapat menurunkan akurasi dalam *monitoring* harga.

Pendekatan ini mencerminkan prinsip manajemen operasional yang menekankan pada efektivitas dan fokus terhadap aktivitas bernilai tinggi (*high-value tasks*). Dengan membatasi cakupan price check hanya pada akun strategis, tim dapat memberikan perhatian penuh terhadap performa saluran penjualan utama dan memastikan bahwa setiap perubahan harga tereksekusi dengan benar dan cepat. Strategi ini juga mendukung kemampuan perusahaan dalam merespons dinamika pasar secara lebih adaptif, mengingat harga produk sangat sensitif terhadap fluktuasi kompetitor di platform TikTok maupun di marketplace lainnya.

Selain itu, price check tidak hanya bertujuan untuk pengecekan nominal harga, tetapi juga menjadi bagian dari upaya menjaga daya saing harga terhadap kompetitor dan memperkuat positioning Coolvita sebagai merek yang responsif dan kredibel di mata konsumen digital.

## 2. Quality Check Video Top Creator Tiktok dan Ads China

A1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	PIC	Content Type	Product Focus	Type HARD/SOFT	Content Link	Video Type	QC Layer 1 (Y/N)	QC Layer 2 (Y/N)	Video Issue / Remarks	Schedule date-post	Account	Caption	PIC Proring	Status
2							@Michael Dalima @Muhammad Puzi	@Dhani Pratama / @Sani Burmanan						
2200	17 Apr	Hana	Product Review	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	N	Note: Tolong semakan VO dengan caption. Tambah lagi "lembak dan sehat" di 0:16	Coolvita Indonesia			
2201	17 Apr	Hana	Product Review	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Shop			
2202	17 Apr	Hana	Product Review	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Shop			
2203	17 Apr	Nahla	Product Promo	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Indonesia			
2204	17 Apr	Vanel	Product Promo	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Indonesia			
2205	17 Apr	Riak	Product Promo	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Indonesia			
2206	21 Apr	Fath	Genrem Review	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Shop			
2207	21 Apr	Fath	Genrem Review	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Shop			
2208	21 Apr	Fath	Genrem Review	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Shop			
2209	21 Apr	Rave	Product Promo	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Shop			
2210	21 Apr	Headline	Product Promo	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y	24/04/2025	Coolvita Shop	Alhamdulillah saku nyemlin genrem ni		
2211	21 Apr	Schal	Product Review	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Indonesia			
2212	21 Apr	Schal	Product Review	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Shop			
2213	21 Apr	Schal	Product Review	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Shop			
2214	21 Apr	Jene	Genrem Review	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Indonesia			
2215	21 Apr	Jene	Genrem Review	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Shop			
2216	21 Apr	Jene	Product Promo	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Shop			
2217	21 Apr	Jene	Genrem Review	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Shop			
2218	21 Apr	Agnes	Product Promo	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Shop			
2219	21 Apr	Abel	Product Promo	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Indonesia			
2220	21 Apr	Abel	Product Promo	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Indonesia			
2221	21 Apr	Dev	Product Promo	Genrem Collagen	04050521280	https://www.tiktok.com/@h18302419	Yes	Y	Y		Coolvita Indonesia			

Gambar 3.3 Quality Check Video Top Creator Tiktok  
Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Pada gambar 3.3, Sebagai seorang intern di tim operation, tugas utama lainnya adalah melakukan Quality Check (QC) terhadap video promosi dari para Top Creator TikTok sebelum konten tersebut dipublikasikan di akun resmi Coolvita. Tujuan dari proses ini adalah untuk memastikan bahwa seluruh video sudah sesuai dengan kebijakan TikTok, sehingga tidak menimbulkan pelanggaran atau missinformasi. Dalam melakukan QC, terdapat tiga aspek penting yang harus diperhatikan, yaitu **violation word**, **overclaim**, dan **misinformation**.

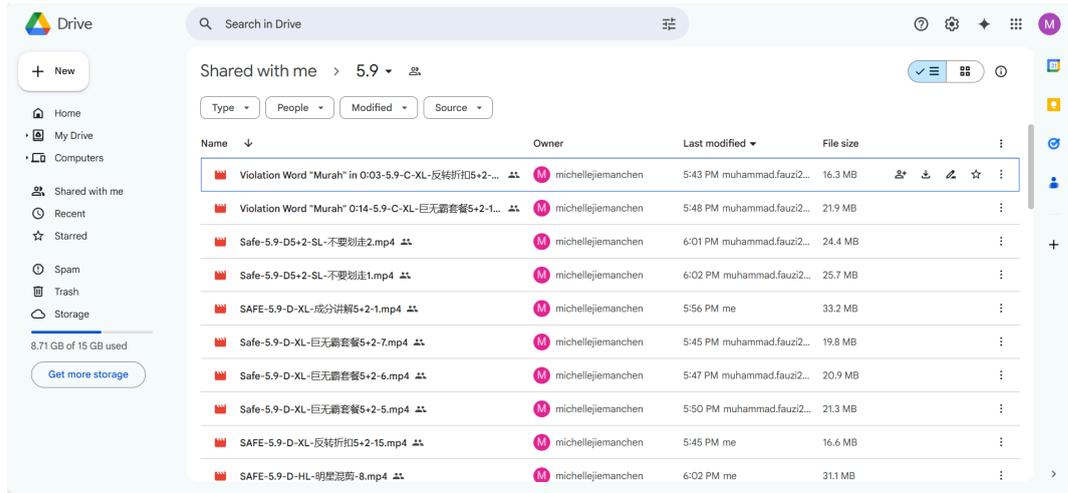
**Violation word** adalah kata-kata yang dilarang menurut regulasi TikTok dan berpotensi menyebabkan konten terkena takedown atau penalti. Beberapa contoh violation word yang perlu dihindari antara lain kata "**makan**", karena TikTok melarang penggunaan kata tersebut pada produk makanan meskipun bentuknya seperti permen atau gummy. Selain itu kata "**murah**", karena dianggap sebagai klaim harga berlebihan. Serta kata seperti "**lemak**", yang berhubungan dengan *Weight Management*. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa tidak ada kata-kata seperti ini yang muncul dalam narasi atau teks video.

Selanjutnya adalah **overclaim**, yaitu kondisi ketika video memberikan janji atau klaim berlebihan kepada konsumen yang tertuju. Misalnya, dalam video disebutkan bahwa "**Collagen dari Coolvita membuat kulit menjadi cerah, menyehatkan rambut dan kuku**" atau "**DHA Gummy dari Coolvita membuat anak menjadi pintar dan lebih konsentrasi dalam pelajaran**". Klaim seperti ini terlalu menjanjikan dan bisa melanggar aturan TikTok serta regulasi produk. Untuk menghindari overclaim, sebaiknya menambahkan kata "**bantu**" yang membuat klaim lebih ringan seperti: pada Collagen Gummy "**membantu menjaga kesehatan kulit, rambut, dan kuku**" atau pada DHA gummy "**membantu daya ingat anak dan konsentrasi anak**". Penggunaan kalimat seperti ini lebih aman karena bersifat mendukung, bukan menjanjikan hasil pasti.

Aspek terakhir adalah **missinformation**, yaitu kesalahan dalam menyampaikan informasi terkait produk, baik dari segi kandungan maupun detail lainnya. Contohnya, pada produk Collagen Gummy terdapat kandungan **1680mg Fish Collagen Peptide per box**. Namun, jika dalam video kreator hanya menyebutkan "**mengandung 1680mg**" tanpa menyebut bahwa jumlah tersebut adalah untuk "**satu box atau per box**", maka informasi yang disampaikan menjadi tidak akurat dan bisa menyesatkan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa informasi tentang dosis, kandungan, dan cara konsumsi dijelaskan dengan benar dan lengkap sesuai dengan label produk.

Proses QC dilakukan dalam dua layer. **Layer 1** dilakukan oleh intern untuk melakukan pemeriksaan awal dan mencatat potensi kesalahan. Karena masih dalam proses belajar, kesalahan kecil masih mungkin terjadi di tahap ini. Kemudian dilanjutkan ke **Layer 2**, yaitu pengecekan oleh pembimbing atau anggota tim yang lebih berpengalaman. Tahap ini memastikan bahwa semua koreksi telah dilakukan dan video telah memenuhi seluruh standar regulasi sebelum diposting. QC dua lapisan ini penting untuk menjaga kredibilitas brand dan mencegah risiko pelanggaran di platform TikTok.

Dalam sheet Quality Check (QC), digunakan kode "**Y**" dan "**N**" untuk menandai hasil pengecekan. "**Y**" (**Yes**) berarti video telah lolos QC dan dinyatakan siap diposting. Sedangkan "**N**" (**No**) berarti video tidak lolos dan masih harus direvisi oleh creator. Revisi dilakukan sampai video dinyatakan sesuai dan mendapatkan status **Y** pada kedua layer QC. Penilaian ini penting sebagai indikator kesiapan konten agar tidak melanggar aturan TikTok.



Gambar 3.4 Quality Check Video Ads Tim China  
 Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Dalam melakukan Quality Check (QC) terhadap video ads dari Tim China, prinsip dan aturan yang digunakan sama seperti pengecekan video Top Creator TikTok. Namun, yang membedakan adalah konten video ads ini merupakan gabungan dari potongan video creator TikTok dan juga Key Opinion Leader (KOL), yang kemudian akan digunakan untuk kebutuhan iklan dan diposting di akun resmi Coolvita.

Pengecekan video ads ini dilakukan secara menyeluruh, memperhatikan tiga aspek penting yaitu:

1. **Violation Word** – Kata-kata yang dilarang oleh regulasi TikTok seperti "*makan*", "*murah*", "*lemak*", dan kata sensitif lainnya yang berpotensi menyebabkan iklan terkena pembatasan atau pelanggaran.
2. **Overclaim** – Klaim yang terlalu berlebihan atau menjanjikan hasil pasti seperti “Coolvita Collagen membuat kulit menjadi cerah, menyehatkan rambut dan kuku.” Klaim seperti ini harus diperhalus dengan kata “bantu” seperti “membantu kulit menjadi lebih cerah, membantu menyehatkan kuku dan rambut” agar lebih sesuai regulasi.
3. **Misinformation** – Kesalahan informasi seperti menyebutkan kandungan “1680mg” tanpa menjelaskan bahwa angka tersebut adalah total “per

box”, bukan per gummy, yang dapat menyebabkan kesalahpahaman di pihak konsumen.

Hasil dari proses QC ini tidak menggunakan label “Y” atau “N”, melainkan akan diberi status “Safe” apabila video sudah sesuai dan aman untuk dipublikasikan. Namun jika video masih mengandung pelanggaran, maka status akan dijelaskan berdasarkan aspek mana yang dilanggar (Violation Word, Overclaim, atau Misinformation), beserta alasan spesifik dari potongan video tersebut. Dengan ini memungkinkan tim untuk lebih detail dalam memberikan feedback, serta memudahkan tim China dalam melakukan revisi yang tepat sesuai dengan kesalahan yang ditemukan.

### 3. Recap Data Order Volume Limit (OVL) Tokopedia

PLATFORM	shop name	Shop Code	Today's Account Status (See 6)	Mei 07				Mei 08				Mei 09					
				From (%)	up to date Item sold	GMV	Changes from Yesterday % (Item Sold)	Changes from Yesterday % (GMV)	up to date Item sold	GMV	Changes from Yesterday % (Item Sold)	Changes from Yesterday % (GMV)	up to date Item sold	GMV	Changes from Yesterday % (Item Sold)	Changes from Yesterday % (GMV)	
	coolvita indonesia	IDLO4L0B	🟢	%	12,422	1,803,163,309	12.56%	2.61%	12,140	1,711,979,389	-2.27%	-5.90%	8,333	1,119,454,771	-31.30%	-34.01%	
	coolvita shop	IDLO2WAW7	🟢	%	414	38,612,614	39.86%	43.19%	440	41,133,240	7.49%	8.53%	455	31,895,162	-6.54%	-22.40%	
	coolvita id	IDLO4L0EV	🟢	%	237	23,389,722	-33.19%	-21.66%	208	20,494,460	-13.39%	-11.62%	174	11,608,659	-32.56%	-45.30%	
	lolo.coolvita	IDLO2G0LP0	🟢	%	3	290,088	200.00%	600.53%	1	138,142	-66.67%	-52.38%	1	115,540	0.00%	-16.36%	
	slimstep by coolvita >> Coffee by Cool-VI	IDLO2LL0M4	🟢	%	6	440,108	0.00%	64.77%	6	212,201	0.00%	-51.78%	1	75,851	-83.33%	-64.26%	
	Gogo Glow Shop > beautystans.coolvi	IDLO2F0L0D	🟢	%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	
	12beauty > coolvita.health	IDLO2W080N	🟢	%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	
	Fhandshop > coolvita.id	IDLO2W080V	🟢	%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	
	Glowing_now > coolvita_activebeaut	IDLO2W080G	🟢	%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	
	Coolvita Gym (Sisa Hub)	IDLO2W0802	🟢	%	12	769,402	-7.69%	-1.95%	13	776,656	8.33%	0.94%	1	41,410	-92.31%	-94.67%	
	Morebeauty	IDLO2W080E	🟢	%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	
	Healthybeautyid (DCT)	IDLO2W080A	🟢	%	26	1,227,400	65.71%	27.31%	12	576,524	-53.65%	-93.03%	16	712,906	33.33%	23.66%	
	Limitless > Coolvita outlet	IDLO2W080Q	🟢	%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	
	Slimstep (Yuan)	IDLO2W080V	🟢	%	3	272,714	0.00%	18.98%	1	41,410	-66.67%	-84.87%	1	42,521	0.00%	2.68%	
	Coolvita		%	19	1,800,328	11.79%	24.57%	14	1,165,052	-35.22%	-35.29%	9	860,380	-55.71%	-26.15%		
	Indoshare		%	0	0	-100.00%	-100.00%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%		
	MissU2		%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%		
	Miss Rose		%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0.00%	0.00%		
					13,143	1,867,966,357			12,876	1,775,352,051			8,942	1,163,946,860			
					19	1,800,328			14	1,165,052			9	860,380			
					%	Indicators	Mei 08	Mei 07	Changes %	Indicators	Mei 07	Mei 08	Changes %	Indicators	Mei 08	Mei 09	Changes %

Gambar 3.5 Recap Data Order Volume Limit (OVL) Tokopedia

Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Tim operation intern memiliki tanggung jawab untuk melakukan pengecekan OVL (Order Volume Limit) secara rutin pada akun Tokopedia milik Coolvita Vitamin, Indoshare, dan MissU2. OVL merupakan fitur sistem yang secara otomatis membatasi jumlah maksimum pesanan yang dapat diproses oleh toko dalam kurun waktu satu hari. Batasan ini ditetapkan oleh pihak Tokopedia berdasarkan berbagai indikator performa, termasuk tingkat keterpenuhan pesanan, kecepatan pengiriman, dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pengecekan terhadap data OVL menjadi bagian penting dari rutinitas harian tim

operation, guna memastikan bahwa seluruh proses pemesanan tetap berjalan lancar dan tidak terganggu oleh kendala sistem.

Pengecekan ini dilakukan sebanyak lima kali dalam sehari, yaitu pada pukul 09.00, 11.00, 14.00, 16.00, dan 18.00 WIB. Jadwal yang padat ini dirancang dengan tujuan untuk memberikan pengawasan secara menyeluruh terhadap dinamika pergerakan penjualan di sepanjang hari. Dengan frekuensi yang tinggi, tim dapat mendeteksi lebih cepat apabila terjadi penurunan atau pembatasan OVL yang tidak biasa, sehingga tindakan korektif bisa segera dilakukan tanpa harus menunggu laporan akhir harian. Pendekatan ini mencerminkan pentingnya proaktifitas dalam pengelolaan operasional berbasis data real-time.

Proses pengecekan dimulai dari fitur “Wawasan Toko” pada Seller Center Tokopedia, yang kemudian dilanjutkan ke sub-menu “Seller Live Dashboard.” Melalui tampilan dashboard ini, tim dapat melihat berapa jumlah pesanan yang sudah masuk, serta batas maksimum yang masih tersedia untuk diproses. Jika batas sudah mendekati limit yang ditentukan, maka tim akan segera melaporkan kepada atasan langsung seperti VP E-Commerce atau tim logistik untuk melakukan evaluasi serta antisipasi tindakan, misalnya dengan membatasi promosi sementara atau menyesuaikan kapasitas gudang.

Informasi yang diperoleh dari pengecekan OVL ini tidak hanya berfungsi sebagai pengingat kapasitas teknis, tetapi juga menjadi indikator penting dalam menilai kesehatan performa toko. Ketika OVL meningkat secara bertahap dari hari ke hari, hal ini bisa menjadi sinyal positif bahwa sistem menilai toko mampu menangani pesanan dalam jumlah besar tanpa adanya masalah pemrosesan. Sebaliknya, apabila OVL turun secara tiba-tiba atau stagnan, maka hal tersebut perlu diinvestigasi lebih lanjut karena bisa menandakan adanya penurunan performa atau pelanggaran tertentu dalam pemenuhan pesanan.

Lebih jauh lagi, data OVL juga menjadi bahan analisis penting dalam merumuskan strategi penjualan dan distribusi ke depannya. Tim operation akan merekap data harian dan membuat laporan internal yang kemudian digunakan dalam evaluasi mingguan bersama tim manajemen. Dari laporan ini, perusahaan

bisa meninjau korelasi antara kampanye promosi, trafik pembeli, dan respons sistem Tokopedia terhadap lonjakan permintaan. Oleh karena itu, tugas pengecekan OVL yang dikerjakan oleh intern tidak bisa dianggap sepele, sebab memiliki dampak langsung terhadap keberlanjutan operasi penjualan dan reputasi toko di platform marketplace.

#### 4. Recap Data Gross Margin Value (GMV) Tokopedia

Date	DoD GMV change	Tokopedia GMV		
		Indoshare	Coolvita	MissU2
May 1	20.0%	58,900	1,308,839	59,700
May 2	-1.9%	0	1,540,701	0
May 3	-5.8%	0	1,283,896	19,900
May 4	-7.6%	109,300	492,115	0
May 5	18.2%	74,570	2,126,087	39,800
May 6	-13.7%	39800	1,445,437	0
May 7	3.2%	0	1,800,526	0
May 8	-6.2%	0	1,165,052	0

Gambar 3.6 Recap Data Gross Margin Value (GMV) Tokopedia

Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Selain pengecekan OVL, tim operation juga memiliki peran penting dalam memantau dan mencatat GMV (*Gross Merchandise Value*) atau total nilai transaksi penjualan harian yang diperoleh dari akun Coolvita Vitamin, Indoshare, dan MissU2 di platform Tokopedia. GMV merupakan indikator utama yang digunakan untuk mengukur performa penjualan secara kuantitatif dalam periode tertentu, baik dari segi jumlah produk yang terjual maupun total nilai rupiah yang berhasil dicapai.

Data GMV ini diperoleh melalui fitur “Wawasan Toko” di Seller Center Tokopedia, khususnya setelah waktu operasional penjualan harian berakhir. Biasanya, data GMV diperbarui satu kali dalam sehari, sehingga laporan yang dihasilkan mencerminkan keseluruhan aktivitas transaksi yang terjadi dalam kurun waktu 24 jam terakhir. Nilai GMV yang tercatat mencakup seluruh pendapatan yang dihasilkan, baik dari penjualan reguler maupun dari kampanye promosi dan iklan berbayar (ads).

Proses pencatatan GMV tidak sekadar menjadi kegiatan administratif, melainkan juga berfungsi sebagai landasan penting dalam pengambilan keputusan strategis. Dengan memantau GMV secara konsisten, tim operation dapat mengidentifikasi tren penjualan, seperti hari-hari dengan performa tertinggi, waktu puncak transaksi, serta efek dari program promosi tertentu terhadap kenaikan penjualan harian. Selain itu, data GMV menjadi alat bantu dalam mengevaluasi efektivitas strategi iklan. Misalnya, jika terjadi kenaikan GMV pada hari tertentu setelah peluncuran kampanye iklan, maka tim dapat mengasumsikan bahwa kampanye tersebut berhasil menjangkau target audiens secara optimal.

Tim operation juga bertugas menyusun rekap GMV ke dalam format spreadsheet yang terstruktur, sehingga memudahkan dalam proses analisis dan pelaporan mingguan. Data ini selanjutnya menjadi bahan diskusi lintas departemen, terutama antara tim operation, tim marketing, dan manajemen. Melalui interpretasi data GMV, perusahaan dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya seperti: meningkatkan alokasi iklan untuk produk tertentu, mengatur ulang stok barang yang tingkat penjualannya tinggi, atau bahkan merencanakan peluncuran varian baru berdasarkan preferensi pasar.

## 5. Flash Sale pada Tokopedia

The screenshot displays the Tokopedia Seller dashboard for 'Toko Coolvita'. The main section is titled 'Flash Sale Toko' and lists several active campaigns. Each campaign card includes the campaign name, ID, dates, time, and a 'Dibatalkan' (Cancelled) status. The campaigns are as follows:

Campaign Name	Campaign ID	Start Date/Time	End Date/Time	Status
Banjir Berkah	6463870	27 Mar 2025 12:00 WB	27 Mar 2025 17:59 WB	Dibatalkan
Bagi Sembako	6464581	28 Mar 2025 00:00 WB	28 Mar 2025 11:59 WB	Dibatalkan
Promo 4 April!	6580563	04 Apr 2025 08:59 WB	04 Apr 2025 15:59 WB	Dibatalkan
CUAN DISKON!!!	6559195	10 Apr 2025 08:00 WB	10 Apr 2025 15:59 WB	Dibatalkan
SERBU MALAM!!	6559343	10 Apr 2025 16:00 WB	10 Apr 2025 23:59 WB	Dibatalkan
Promo Asikk!!	6567731	11 Apr 2025 00:00 WB	11 Apr 2025 07:59 WB	Dibatalkan

### Gambar 3.10 Flash Sale pada Tokopedia

Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Sebagai bagian dari tim Operation di PT Coolvita Maju Sehat, salah satu tugas penting yang saya jalankan adalah membuat Flash Sale pada platform Tokopedia. Tugas ini merupakan bagian dari strategi promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen secara lebih efektif, khususnya dalam meningkatkan ketertarikan dan penjualan terhadap produk-produk unggulan Coolvita.

Flash Sale sendiri adalah fitur yang memungkinkan produk-produk tertentu ditampilkan dengan penawaran spesial dalam jangka waktu terbatas. Tujuannya adalah untuk menciptakan rasa urgensi bagi konsumen agar mereka terdorong untuk segera membeli produk sebelum periode promosi berakhir. Dalam praktiknya, Flash Sale menjadi salah satu cara yang cukup efektif dalam meningkatkan trafik toko, memperkenalkan produk, serta mendorong penjualan secara cepat dalam waktu singkat.

Dalam proses pembuatannya, saya harus memilih produk-produk mana saja yang akan dimasukkan ke dalam program Flash Sale. Pemilihan produk ini tidak dilakukan secara sembarangan. Kami melihat data penjualan dan minat konsumen terhadap produk-produk tertentu. Produk yang memiliki angka pembelian tinggi atau produk yang sedang naik daun biasanya menjadi pilihan utama untuk dimasukkan ke dalam sesi promo ini. Dengan begitu, peluang terjadinya penjualan akan semakin besar karena produk yang ditawarkan sudah terbukti memiliki ketertarikan di pasar.

Agar promosi ini lebih maksimal, Flash Sale dibagi menjadi tiga sesi dalam satu hari. Sesi pertama dimulai dari pukul 00.00 hingga 07.59, sesi kedua berlangsung dari pukul 08.00 hingga 15.59, dan sesi terakhir dari pukul 16.00 hingga 23.59. Pembagian waktu ini dibuat dengan tujuan agar konsumen dari berbagai latar belakang aktivitas dan jam belanja memiliki kesempatan untuk melihat dan memanfaatkan penawaran khusus yang tersedia. Strategi ini terbukti cukup efektif karena dengan membagi waktu menjadi tiga sesi, perhatian

konsumen bisa terjaga sepanjang hari dan peluang pembelian bisa tersebar secara merata.

## 6. Recap Data Tokopedia Coolvita overall ads

Tokopedia Coolvita-overall ads								
Ads Expense	Ads GMV	Ads Contribution	Impressions	Ads UV(Clicks)	Order	Overall GMV	Store UV	Ads traffic ratio
104,671	249,600		7,577	96	2	1,308,839	265	
127,275	1,320,100	86%	6,557	117	10	1,540,701	331	35%
105,436	879,500	69%	6,147	101	7	1,283,896	240	42%
111,817	540,800	110%	6,571	96	3	492,115	285	34%
141,934	1,040,000	49%	8,253	122	12	2,126,087	383	32%
113,692	975,300	67%	6,795	95	8	1,445,437	249	38%
93,506	1,021,000	57%	6,137	80	10	1,800,526	273	29%
102,433	637,800	55%	5,596	80	6	1,165,052	264	30%
		#DIV/0!						#DIV/0!
		#DIV/0!						#DIV/0!

Gambar 3.7 Recap Data Tokopedia Coolvita overall ads

Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Tugas lainnya yang dijalankan oleh tim operation adalah melakukan recap data iklan yang dijalankan melalui fitur Top Ads Tokopedia, khususnya untuk akun utama Coolvita Vitamin. Tugas ini memiliki peran strategis karena berkaitan langsung dengan efektivitas pengeluaran anggaran iklan dan kontribusinya terhadap peningkatan penjualan produk di platform marketplace.

Proses recap dimulai dengan mengakses Seller Center Tokopedia, kemudian masuk ke bagian “Iklan Top Ads”, yaitu fitur iklan berbayar yang disediakan oleh Tokopedia untuk meningkatkan visibilitas produk melalui penempatan strategis di hasil pencarian. Melalui fitur ini, produk-produk dari akun Coolvita Vitamin dapat tampil lebih menonjol di hadapan calon pembeli, sehingga peluang untuk diklik dan dibeli menjadi jauh lebih besar.

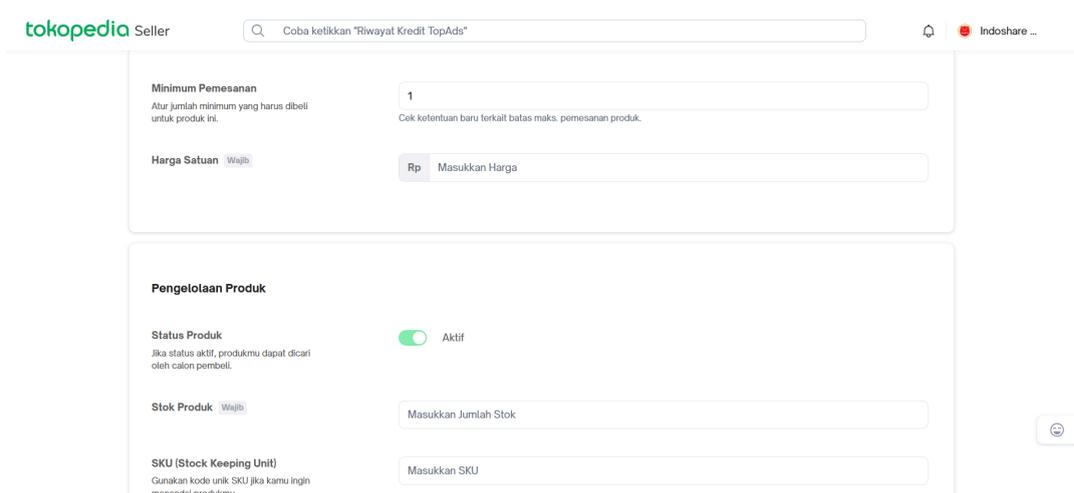
Dalam dashboard iklan ini, tersedia berbagai informasi penting yang harus dicermati secara detail, seperti pengeluaran iklan harian, jumlah tayangan (*impressions*), klik (*click-throughs*), biaya per klik (CPC), hingga pendapatan yang dihasilkan dari transaksi pembelian yang berasal dari iklan tersebut. Data ini kemudian direkap ke dalam format laporan harian atau mingguan yang

digunakan oleh tim operation untuk menyusun gambaran menyeluruh tentang performa kampanye iklan yang sedang berjalan.

Rekap ini bukan hanya sekedar menyimpan angka-angka, tetapi juga menjadi dasar evaluasi terhadap efektivitas strategi pemasaran berbayar (*paid marketing*). Misalnya, jika terlihat bahwa biaya iklan yang dikeluarkan tinggi namun konversi penjualan rendah, maka tim akan menyarankan untuk mengevaluasi target kata kunci, konten visual produk, atau bahkan mengganti produk unggulan yang ditayangkan. Sebaliknya, jika ditemukan bahwa produk tertentu memiliki rasio klik dan pembelian yang tinggi dengan biaya iklan rendah, maka produk tersebut bisa diprioritaskan dalam kampanye selanjutnya.

Lebih jauh lagi, hasil rekap data iklan ini juga menjadi acuan penting dalam menyusun strategi alokasi anggaran iklan. Dengan memahami tren performa dari masing-masing produk yang diiklankan, perusahaan dapat menentukan apakah perlu menambah budget untuk produk tertentu, mengatur ulang waktu tayang iklan agar lebih efektif, atau mengevaluasi kesesuaian konten promosi dengan karakteristik pasar yang dituju.

## 7. Registrasi SKU pada Tokopedia



The screenshot shows the Tokopedia Seller interface for registering a product. The top navigation bar includes the Tokopedia logo, the word "Seller", a search bar with the placeholder "Coba ketikkan 'Riwayat Kredit TopAds'", and a notification bell icon. The main content area is divided into two sections:

- Minimum Pemesanan:** A form field for the minimum order quantity, currently set to "1". Below the field is a note: "Cek ketentuan baru terkait batas maks. pemesanan produk."
- Harga Satuan:** A form field for the unit price, with a "Rp" prefix and the placeholder "Masukkan Harga".
- Pengelolaan Produk:** A section containing three form elements:
  - Status Produk:** A toggle switch currently set to "Aktif". Below it is a note: "Jika status aktif, produkmu dapat dicari oleh calon pembeli."
  - Stok Produk:** A form field for the stock quantity, with the placeholder "Masukkan Jumlah Stok".
  - SKU (Stock Keeping Unit):** A form field for the SKU code, with the placeholder "Masukkan SKU". Below it is a note: "Gunakan kode unik SKU jika kamu ingin menandai produkmu."

Gambar 3.9 Registrasi SKU pada Tokopedia  
Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Proses registrasi produk di Tokopedia melalui Seller Center dimulai dengan mengakses menu “Daftar Produk” lalu memilih “Tambah Produk”. Langkah ini bertujuan untuk memasukkan produk baru ke dalam katalog penjualan toko. Pada tahap awal, hal yang perlu dilakukan adalah menuliskan nama produk secara jelas dan sesuai dengan jenis produk yang dijual. Setelah itu, perlu mengunggah foto produk yang menarik dan representatif agar calon pembeli bisa melihat dengan jelas bentuk produk yang ditawarkan.

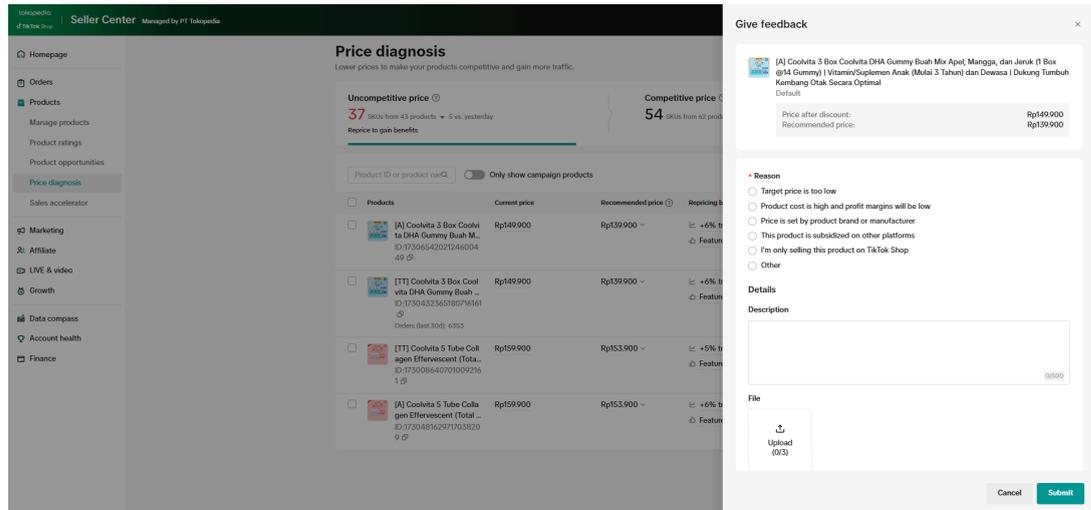
Setelah bagian visual selesai, langkah berikutnya adalah mengisi deskripsi produk. Deskripsi ini harus memuat informasi yang lengkap namun tetap mudah dipahami. Misalnya bisa menjelaskan fungsi produk, cara penggunaan, terdapat sertifikasi HALAL dan BPOM. Penulisan deskripsi yang baik akan membantu calon pembeli memahami manfaat dari produk tersebut.

Kemudian, perlu memasukkan harga produk satuan yang ingin ditawarkan ke konsumen. Di bagian ini juga dapat diatur jumlah minimum pembelian, misalnya satuan atau lebih tergantung strategi penjualan. Setelah harga produk ditentukan, masukkan juga kode SKU (*Stock Keeping Unit*). SKU adalah kode unik yang digunakan untuk membedakan satu produk dengan produk lainnya di dalam sistem toko, agar lebih mudah dalam pengelolaan stok dan pencatatan penjualan.

Setelah produk berhasil diregistrasi, dapat dilakukan penyesuaian pada harga diskon atau harga coret. Fitur ini sangat berguna untuk menarik perhatian pembeli karena menampilkan perbedaan antara harga awal dan harga promo. Selain itu, ditambahkan voucher produk, misalnya potongan harga atau cashback, untuk meningkatkan kemungkinan pembelian terutama saat produk baru diluncurkan atau sedang dalam masa promosi.

Semua langkah ini bertujuan agar produk terlihat lebih menarik, terpercaya, dan kompetitif di mata calon pembeli yang mencari produk di Tokopedia. Dengan penyajian yang jelas dan promosi yang menarik, kemungkinan terjadinya konversi penjualan akan jauh lebih tinggi.

## 8. Price Check Diagnosis pada Tiktok Shop akun Coolvita Indonesia



Gambar 3.11 Price Check Diagnosis pada Tiktok Shop akun Coolvita Indonesia

Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Tim Operation memiliki tanggung jawab untuk melakukan Price Diagnosis secara rutin terhadap seluruh produk yang dijual melalui akun TikTok Shop Coolvita Indonesia. Proses ini dilakukan melalui fitur *Price Diagnosis* yang tersedia di *Seller Center* TikTok Shop. Fitur tersebut berguna untuk memastikan bahwa harga produk yang dijual tetap kompetitif dan sesuai dengan harga pasar, terutama jika dibandingkan dengan platform lain seperti Shopee. Sistem secara otomatis akan mengidentifikasi produk yang memiliki harga lebih tinggi dibandingkan kompetitor, dan menandainya sebagai produk dengan harga tidak kompetitif. Produk-produk ini perlu segera ditindaklanjuti oleh tim Operation agar tidak berdampak negatif terhadap performa toko.

Setelah produk teridentifikasi, tim Operation perlu melakukan proses pemberian feedback terhadap sistem. Tindakan ini dilakukan dengan membuka laman Give Feedback yang muncul pada produk terkait. Di sana, tim akan diminta memilih alasan yang sesuai untuk menjelaskan mengapa harga tidak disesuaikan dengan harga rekomendasi dari sistem. Beberapa alasan yang dapat dipilih antara lain target harga terlalu rendah, harga produk ditetapkan langsung oleh brand atau produsen, atau produk hanya dijual di TikTok Shop. Selain memilih alasan, tim juga dapat menuliskan penjelasan tambahan di kolom

deskripsi untuk memberikan konteks yang lebih jelas, misalnya jika margin keuntungan akan terlalu kecil jika mengikuti harga yang direkomendasikan.

Selain memberikan feedback, tim Operation juga perlu melampirkan dokumen pendukung apabila diperlukan. Setelah itu, feedback harus segera dikirim agar sistem dapat memperbarui status produk dan menjaga visibilitas toko tetap optimal. Di luar itu, tim Operation juga disarankan untuk secara aktif melakukan pemantauan harga kompetitor, khususnya di Shopee, sebagai acuan dalam menentukan strategi penetapan harga yang lebih tepat dan relevan dengan kondisi pasar. Dengan melaksanakan tugas ini secara konsisten, tim Operation berperan penting dalam menjaga kestabilan harga, meningkatkan peluang produk muncul di hasil pencarian, serta mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap toko Coolvita di TikTok Shop.

### 9. *Extend Voucher Flash Sale* pada Tiktok Shop akun Coolvita Indonesia

The screenshot shows a table of promotional tools with the following data:

Promotion name	Status	Start time (GMT+7)	End time (GMT+7)	Action
musniatiatika Yuxi 149,5k FS 15-17 Mei	Upcoming ⚠️ No products added	05/15/2025 12:00 AM	05/17/2025 11:59 PM	View
musniatiatika Yuxi 149,5k FS 12-14 Mei	Upcoming ⚠️ No products added	05/12/2025 12:00 AM	05/14/2025 11:59 PM	Duplicate Deactivate
musniatiatika FS Yuxi 09 May 25	Ended	05/09/2025 12:00 AM	05/09/2025 11:59 PM	View
musniatiatika Yuxi 149,5kFS 06-08 Mei	Ended	05/06/2025 9:10 AM	05/08/2025 11:59 PM	View

Gambar 3.12 *Extend Voucher Flash Sale* pada Tiktok Shop akun Coolvita Indonesia

Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Tim operation juga bertugas melakukan perpanjangan atau extend voucher Flash Sale di TikTok Shop yang digunakan oleh affiliator untuk menjual produk Coolvita. Voucher Flash Sale ini dibuat melalui sistem promosi di TikTok Shop dan terhubung langsung dengan akun para affiliator yang menjual produk dari toko resmi Coolvita Indonesia.

Proses perpanjangan dilakukan dengan memanfaatkan fitur “Duplicate” yang tersedia di kolom “Action” pada dashboard promosi. Fitur ini memungkinkan untuk menyalin format voucher yang sebelumnya sudah pernah digunakan, termasuk informasi seperti nama promosi, potongan harga, periode promosi, dan pengaturan lainnya. Setelah diduplikasi, periode waktu voucher diperbarui sesuai jadwal yang ditentukan. Dengan begitu, afiliator tetap dapat menawarkan promo Flash Sale di akun TikTok Shop mereka tanpa harus membuat voucher baru dari awal.

Voucher yang telah diperpanjang harus dipastikan telah terhubung dengan produk yang dijual di toko Coolvita Indonesia. Apabila muncul keterangan seperti “No products added”, maka voucher belum bisa digunakan oleh afiliator, sehingga perlu dilakukan pengecekan ulang dan penambahan produk secara manual. Status promosi juga dibedakan menjadi “Upcoming”, “Ongoing”, dan “Ended”, yang masing-masing menunjukkan tahapan waktu dari promosi tersebut.

Keseluruhan proses ini dilakukan secara rutin dan sistematis untuk menjaga keberlangsungan kampanye promosi, meningkatkan visibilitas produk Coolvita di TikTok Shop, serta mendukung performa penjualan dari afiliator yang bekerja sama dengan Coolvita Indonesia.

## 10. Briefing Banner Campaign Tokopedia

**5.5 SUPER. 5ALE**

Discount up to **60%** | **BELI BANYAK MAKIN CUANI** | Voucher up to **100K**

**Bundling Hemat**

**Bundling 1 : 5 Box DHA Gummy + 3 Calcium**

**Bundling 2 : 5 Box Collagen Gummy + 2 Pouch Fiber/RTD (Random)**

**Bundle Deals**

**Foto produk di samakan**

**Belanja Sekarang!**

Notes:

- Background disesuaikan dengan tim design
- Ukuran : Sesuai dengan foto

31 32 33 34 35 36

Gambar 3.13 Briefing Banner Campaign Tokopedia

Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Tugas dalam membuat brief banner untuk campaign di Tokopedia merupakan bagian dari tanggung jawab sebagai tim Operation. Brief banner ini berfungsi sebagai panduan visual awal yang akan digunakan oleh tim desain untuk membuat banner campaign yang nantinya ditampilkan di halaman toko Tokopedia selama periode promosi berlangsung.

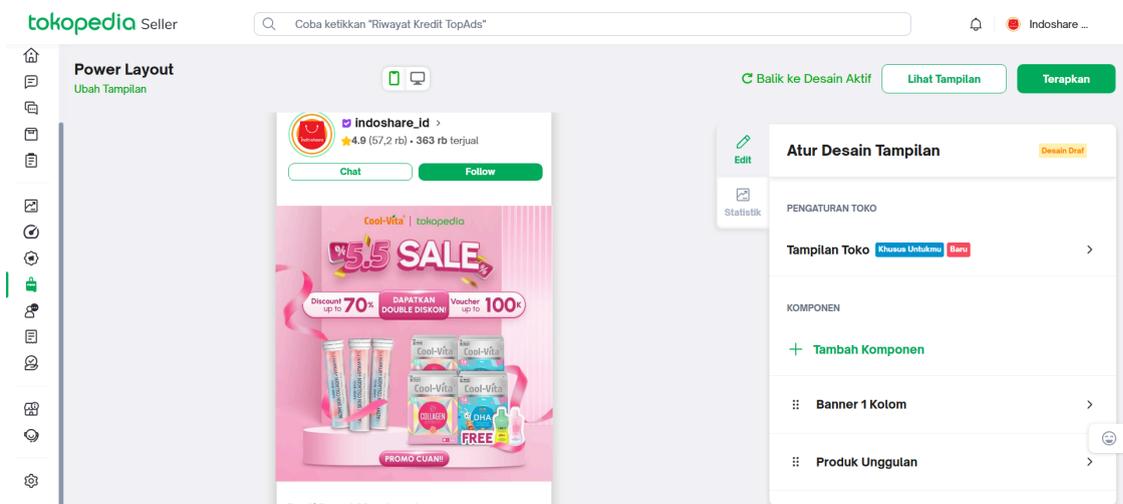
Langkah pertama yang dilakukan adalah mencari referensi dari brand lain yang sudah pernah meluncurkan campaign serupa. Referensi ini digunakan sebagai acuan agar banner yang dibuat memiliki format yang sesuai dengan standar dan gaya visual yang umum digunakan di Tokopedia, seperti layout penempatan elemen, gaya desain, serta jenis informasi promosi yang dicantumkan. Setelah mendapatkan referensi yang sesuai, langkah berikutnya adalah menyusun brief banner.

Dalam brief tersebut, diberikan arahan secara detail mengenai elemen-elemen yang akan ditampilkan, seperti penempatan headline campaign di bagian atas, misalnya “PayDay Deals” atau tema promo lainnya. Selain itu, ditentukan posisi untuk menaruh foto produk agar terlihat konsisten dan seragam dari segi warna, pencahayaan, serta tampilan kemasan. Informasi terkait promo seperti “Diskon hingga 70%” dan “Voucher hingga 400K” juga dicantumkan agar banner menarik dan mudah dipahami oleh konsumen. Tidak lupa, dijelaskan pula rincian bundling produk yang ditawarkan, misalnya “5 box DHA Gummy + 3 Calcium” dan “5 box Collagen Gummy + 2 Pouch Fiber” untuk memudahkan konsumen mengetahui isi dari setiap penawaran.

Setelah seluruh arahan dan konten dalam brief dirancang sesuai kebutuhan, brief tersebut kemudian dikirimkan kepada tim desain. Tim desain akan membuat banner visual berdasarkan arahan yang diberikan, dengan menyesuaikan ukuran, latar belakang, dan gaya visual sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Banner yang telah selesai didesain akan digunakan secara resmi dalam campaign di Tokopedia untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan selama periode promosi berlangsung.

Penyusunan brief banner yang terstruktur dan jelas sangat membantu memperlancar proses kerja antar divisi, serta memastikan hasil akhir sesuai dengan tujuan campaign dan identitas brand.

## 11. Hasil Banner untuk Campaign Tokopedia



The screenshot displays the Tokopedia Seller dashboard. At the top, there's a search bar with the text "Coba ketikkan 'Riwayat Kredit TopAds'". Below the search bar, the user's profile "indoshare\_jd" is visible with a 4.9 rating and 363 reviews. The main area shows a banner design for a "5.5 SALE" promotion. The banner includes the text "5.5 SALE", "Diskon up to 70%", "DAPATKAN DOUBLE DISKON", and "Voucher up to 100K". It also features images of Cool-Vita products and a "PROMO CUANI!" banner. The right-hand panel, titled "Atur Desain Tampilan", allows for editing the banner design, including options for "PENGATURAN TOKO", "Tampilan Toko", and "KOMPONEN". The "KOMPONEN" section lists "Banner 1 Kolom" and "Produk Unggulan".

### Gambar 3.14 Hasil Banner untuk Campaign Tokopedia

Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Setelah proses pembuatan brief banner selesai dan diberikan kepada tim desain, langkah selanjutnya adalah menunggu hasil banner yang telah dibuat berdasarkan arahan dalam brief tersebut. Tim desain akan mengolah semua elemen visual sesuai instruksi, seperti penempatan gambar produk, penulisan tagline, informasi promo, serta tampilan visual yang konsisten dengan identitas brand. Hasil dari desain ini menjadi aset utama yang akan digunakan untuk mendukung campaign promosi yang sedang berjalan di Tokopedia.

Setelah banner selesai dan dinyatakan sesuai, file banner tersebut kemudian diunggah ke Tokopedia melalui Seller Center. Proses upload dilakukan dengan masuk ke menu “Dekorasi Toko” lalu memilih opsi “Atur Dekorasi”. Pada tahap ini, banner yang sudah didesain sebelumnya dimasukkan ke dalam layout toko, tepatnya pada bagian komponen banner, misalnya “Banner 1 Kolom”. Banner tersebut akan muncul di halaman utama toko Tokopedia dan dapat langsung digunakan untuk mendukung campaign promosi yang sedang berlangsung.

Penempatan banner di halaman utama Tokopedia ini bertujuan untuk menarik perhatian pengunjung toko terhadap campaign yang sedang aktif. Dengan tampilan visual yang menarik dan informasi promo yang jelas, banner ini diharapkan mampu meningkatkan traffic kunjungan serta mendorong peningkatan penjualan selama masa campaign berlangsung. Proses ini menjadi bagian penting dari strategi promosi karena memastikan bahwa materi visual campaign tersampaikan secara maksimal kepada konsumen yang mengunjungi toko online.

**12. Penginputan SRP, Promotion Price, Voucher Name, Voucher ID, Voucher Discount, Minimum Spend, Voucher Claim Starting to Ending Time, Voucher Type.**

PID Status	PDP URL	Promo Price Start Time	Promo Price Ending Time	SRP	Promotion Price	Voucher Name	Voucher ID	Voucher Discount	Minimum spend	Voucher Claim Starting Time	Voucher Claim Ending Time	Voucher Type
Merem Anak (Paku 3 Tahun) Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp149.900.00	Rp65.900.00	1 DHA 0K 31 Mei 25	7496626310507232136	Rp6.000.00	Rp0	2025/02/14 17:48	2025/02/11 22:59	Regular
Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp1.758.800.00	Rp479.700.00	Voucher 25K 31 Mei 25	747010260714585537	Rp25.000.00	Rp0	02/11/2025 5:30 PM	05/31/2025 11:59 PM	Regular
SI @10pcs Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp1.708.800.00	Rp477.200.00							
Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp1.257.600.00	Rp628.800.00	5+2 DHA gummy 418.0K	7501208455070238472	Rp418.900.00	Rp0	05/06/2025 1:12 PM	05/31/2025 11:59 PM	Regular
Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp1.086.000.00	Rp274.500.00	2 DHA 3 CA. 65K Off 31 M	749642562407187970	Rp65.000.00	Rp0	04/23/2025 3:51 PM	05/31/2025 11:59 PM	Regular
Dhe (1 Botol @30 TabM) Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp498.800.00	Rp172.700.00							
Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp1.828.800.00	Rp457.200.00							
Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp142.600.00	Rp65.900.00	Voucher 16K 31 Mei 25	7486327871259150098	Rp15.000.00	Rp0	03/27/2025 10:49 AM	05/31/2025 11:59 PM	Regular
Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp154.800.00	Rp63.700.00							
Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp270.800.00	Rp133.700.00	1 Btk + 1 Pouch DHA +	7490287116129373912	Rp24.000.00	Rp0	04/28/2025 10:55 PM	05/31/2025 11:59 PM	Regular
Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp149.900.00	Rp65.900.00	1 Collagen 6K 31 Mei 25	7496626784341419016	Rp6.000.00	Rp0	04/24/2025 5:51 PM	05/31/2025 11:59 PM	Regular
h Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp478.800.00	Rp119.700.00	Voucher 11K 31 Mei 25	7486369868207225185	Rp11.000.00	Rp0	03/27/2025 1:26 PM	05/31/2025 11:59 PM	Regular
Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp1.257.600.00	Rp628.800.00	5+2 DHA gummy 418.0K	7501208455070238472	Rp418.900.00	Rp0	05/06/2025 1:12 PM	05/31/2025 11:59 PM	Regular
evable Caklam Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp531.500.00	Rp212.600.00							
Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp1.086.000.00	Rp274.500.00	2 DHA 3 CA. 65K Off 31 M	749642562407187970	Rp65.000.00	Rp0	04/23/2025 3:51 PM	05/31/2025 11:59 PM	Regular
Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp478.800.00	Rp119.700.00	Voucher 11K 31 Mei 25	7486369868207225185	Rp11.000.00	Rp0	03/27/2025 1:26 PM	05/31/2025 11:59 PM	Regular
man Lulut Rase Pech 30 Kapsul Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp1.758.800.00	Rp479.700.00	Voucher 25K 31 Mei 25	747010260714585537	Rp25.000.00	Rp0	02/11/2025 5:30 PM	05/31/2025 11:59 PM	Regular
Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp778.400.00	Rp194.000.00	1 Pouch DHA 3 CA. 45K O	749640572538995399	Rp45.000.00	Rp0	04/23/2025 2:29 PM	05/31/2025 11:59 PM	Regular
Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp496.480.00	Rp124.600.00	Voucher 20K 31 Mei 25	7470101807787961399	Rp20.000.00	Rp0	02/11/2025 5:30 PM	05/31/2025 11:59 PM	Regular
mlagen RTD Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp465.700.00	Rp197.700.00	Yue 3 bow gummy - Bili	7494211970701134657	Rp34.800.00	Rp0	04/17/2025 4:58 PM	05/31/2025 11:59 PM	Creator
mlagen - FS 1K NEW Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp149.900.00	Rp65.900.00							
s Live	https://shop-id.tok	2025/11/2	2025/12/31	Rp199.900.00	Rp65.900.00	Voucher 60K 31 Mei 25	7470103749303584931	Rp60.000.00	Rp0	02/11/2025 5:30 PM	05/31/2025 11:59 PM	Regular

Gambar 3.15 Penginputan SRP, Promotion Price, Voucher Name, Voucher ID, Voucher Discount, Minimum Spend, Voucher Claim Starting to Ending Time, Voucher Type.  
Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Dalam tugas ini, tim intern diminta untuk membantu proses penginputan data ke dalam dokumen kerja berupa sheet berjudul *Selling Store PID Collection*. Pengisian data dilakukan untuk mendukung kelancaran promosi selama periode campaign berlangsung. Data yang dimasukkan meliputi beberapa kolom penting, yaitu SRP (Suggested Retail Price), Promotion Price, Voucher Name, Voucher ID, Voucher Discount, Minimum Spend, Voucher Claim Starting Time, Voucher Claim Ending Time, dan Voucher Type. Seluruh informasi tersebut diambil dari sistem internal dan diinput secara manual ke dalam sheet sesuai dengan produk yang tersedia pada masing-masing akun TikTok Shop.

Proses pengisian data dilakukan dengan mengikuti alur sebagai berikut. Pertama, copy link produk yang sudah tersedia dalam sheet tersebut, lalu buka link tersebut untuk melihat halaman toko atau produk. Pada halaman tersebut akan muncul harga normal produk (SRP) serta harga promo yang sedang berjalan (Promotion Price). Selanjutnya, untuk mendapatkan informasi mengenai voucher yang tersedia, dapat dilihat langsung pada tampilan produk karena TikTok Shop biasanya menampilkan promo voucher yang sedang aktif. Setelah itu, lanjutkan ke halaman Seller Center pada akun TikTok yang

bersangkutan untuk melihat informasi detail dari voucher yang sedang digunakan. Di dalam Seller Center, akan ditemukan nama voucher (Voucher Name), kode voucher (Voucher ID), jumlah potongan harga (Voucher Discount), minimum pembelian (Minimum Spend), waktu mulai dan berakhir klaim voucher (Voucher Claim Starting Time dan Ending Time), serta jenis voucher tersebut (Voucher Type).

Karena Cool-Vita memiliki total 8 akun TikTok Shop, maka pembagian tugas dilakukan untuk memastikan efisiensi dan ketepatan input data. Setiap anggota tim memegang tanggung jawab atas dua akun, dengan pembagian sebagai berikut: user sendiri bertanggung jawab atas akun Slimkip dan Coffee by Coolvita, Fauzi bertanggung jawab atas akun Toko Coolvita dan Coolvita Gym, Lina bertanggung jawab atas akun Coolvita Shop dan Healthy Beauty, serta Dhani bertanggung jawab atas akun Coolvita Indonesia dan Coolvita ID. Setiap anggota tim wajib memastikan data yang dimasukkan sesuai dengan informasi yang tersedia agar tidak terjadi kesalahan pada sistem TikTok Shop. Setelah semua data berhasil diinput, sheet tersebut akan diberikan kepada VP E-Commerce sebagai bentuk laporan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa seluruh data sudah tersusun dengan baik serta mempermudah proses pengecekan dan validasi yang dilakukan oleh pihak perusahaan.

### 13. Penginputan Type, Product Line, Efficacy, Units.

Code	Seller SKU	Product Name	Type	Product Line	Efficacy	Units	Platform	Shop	PID	SKU ID	PID type	PID name
EXAMPLE	CV1446B	Coolvita DHA Gummy isi 14 pcs	SINGLE	Gummy	DHA	Box	7878-77	Coolvita Indonesia	173104783408369665	173104783408369665	7878-77	1 Box Coolvita DHA Gummy Rasa Buah Mx Apel, Mangga, dan Jeruk (1 Box @14 Gummy)   Vitamins
	CV2881R	[EXCLUSIVE VONVON] Coolvita MCT Coffee Bundle	Powder	MCT	Capable	Box	7878-76	Coolvita Indonesia	173099747081805569	1730997455343551617	7878-76	[EXCLUSIVE VONVON] Coolvita MCT Coffee Capsule 2 Big Box (1 Box @14 Kapsul) + 2 Kapsul
	CV58R30	[EXCLUSIVE VONVON] Coolvita 5 Box DHA Bundle	Gummy	DHA	Box	7878-76	Coolvita Indonesia	1730997459148749993	173099745857952873	7878-76	[EXCLUSIVE VONVON] Coolvita 5 Box DHA Capsule 2 Big Box (1 Box @14 Kapsul) + 2 Kapsul	
	CV58R47	[TT] 3 Box DHA Gummy (1 Box isi @14 pcs) Bundle	Gummy	DHA	Box	7878-77	Coolvita Indonesia	173103514569823105	173103515030805049	7878-77	[TT] 3 Box DHA Gummy (1 Box isi @14 pcs) + 2 Pouch Fiber RTD	
	CV2023C	[TT] 3 Botol Chewable Calcium (3 Botol isi 1 Bundle)	Gummy	Ca	Ca	Botol	7878-77	Coolvita Indonesia	173128589335831681	173128589335831681	7878-77	[TT] 3 Botol Chewable Calcium (3 Botol isi @30 Tablet) + 2 Box DHA Gummy (1 Box isi @14 pcs)
	CV58R22	[EXCLUSIVE DEVI PERSSIK] 2 Box Collagen Bundle	Gummy	Collagen	Collagen	Box	7878-76	Coolvita Indonesia	1730996266516915073	1730996266516915073	7878-76	[EXCLUSIVE DEVI PERSSIK] 2 Box Collagen Gummy (1 Box @14 Gummy) + 1 Botol Multivitamin Chewable
	CV58R38	[EXCLUSIVE VONVON] 3 Box Coolvita DHA Bundle	Gummy	DHA	Box	7878-76	Coolvita Indonesia	1730997263138456705	1730997247171069057	7878-76	[EXCLUSIVE VONVON] 3 Box Coolvita DHA Gummy + 2 Box Coolvita Collagen Gummy Rasa Buah (1 Box @14 Gummy)	
	CVL6B01	[TT] Coolvita 1 Box Collagen Gummy + 1 Bundle	Effervescent	Collagen	Box	Tu	7878-77	Coolvita Indonesia	1731016579417934977	1731016579417934977	7878-77	[TT] Coolvita 1 Box Collagen Gummy + 1 Tube Collagen Effervescent (1 Tube @10 Tablet)
	CV58R58	[FYC] 2 Box Coolvita DHA Gummy (1 Box @ Bundle)	Gummy	DHA	Box	7878-76	Coolvita Indonesia	1731045772747834497	173104576101010205	7878-76	[FYC] 2 Box Coolvita DHA Gummy (1 Box @14 Gummy) + 1 Pouch DHA Gummy (1 Pouch @10 Gummy)	
	CV58R15	[EXCLUSIVE JORDI ONSU] 1 Box DHA Gum Bundle	Gummy	Ca	Ca	Botol	7878-76	Coolvita Indonesia	1731014901441987713	1731014901441987713	7878-76	[EXCLUSIVE JORDI ONSU] 1 Box DHA Gummy + 1 Pouch DHA Gummy + 1 Botol Calcium Chewable
	CVL6B	1 Box Coolvita Collagen Gummy Box Rasa 1 Single	Gummy	Collagen	Box	7878-77	Coolvita Indonesia	1731045979722638465	1731045979722638465	7878-77	1 Box Coolvita Collagen Gummy Box Rasa Jeruk Ball dan Lemon (1 Box @14 Gummy) - LIVE	
	CVL320	[FYC] 60 Tablet (3 Tube) Coolvita Collagen Bundle	Effervescent	Collagen	Tube	7878-76	Coolvita Indonesia	1731045594188186753	1731045594188186753	7878-76	[FYC] 60 Tablet (3 Tube) Coolvita Collagen Effervescent (1 Tube @20 Tablet) - Mirman Larut Rasa Pe	
	CV58R47	[A] 3 Box DHA Gummy (1 Box isi @14 pcs) Bundle	Gummy	DHA	Box	7878-76	Coolvita Indonesia	1731035227446215809	173103518275644545	7878-76	[A] 3 Box DHA Gummy (1 Box isi @14 pcs) + 2 Pouch Fiber RTD	
	CV58R26	[TT] 2 Box DHA Gummy (1 Box isi @14 pcs) Bundle	Gummy	DHA	Box	7878-77	Coolvita Indonesia	1731218223289149025	1731218223289149025	7878-77	[TT] 2 Box DHA Gummy (1 Box isi @14 pcs) + 1 Pouch DHA Gummy (1 Pouch isi @10 pcs) + 1 Botol C	
	CV2023C	[A] 3 Botol Chewable Calcium (3 Botol isi @ Bundle)	Gummy	Ca	Ca	Botol	7878-76	Coolvita Indonesia	1731246898984848589	1731246898984848589	7878-76	[A] 3 Botol Chewable Calcium (3 Botol isi @30 Tablet) + 2 Box DHA Gummy (1 Box isi @14 pcs)
	CV3E20	[EXCLUSIVE JORDI ONSU] 60 Tablet (3 Tube) Bundle	Effervescent	Collagen	Tube	7878-76	Coolvita Indonesia	1731014849212172609	1731014849212172609	7878-76	[EXCLUSIVE JORDI ONSU] 60 Tablet (3 Tube) Coolvita Collagen Effervescent (1 Tube @20 Tablet) - Mi	
	CV2881R	[EXCLUSIVE JORDI ONSU] Coolvita MCT Cc Bundle	Powder	MCT	Box	7878-76	Coolvita Indonesia	1731014849212172609	1731014849212172609	7878-76	[EXCLUSIVE JORDI ONSU] Coolvita MCT Coffee Capsule 2 Big Box (1 Box @14 Kapsul) + 2 Kapsul (Tot	
	CV2023C	[TT] 3 Botol Chewable Calcium (3 Botol isi 1 Bundle)	Gummy	Ca	Ca	Botol	7878-77	Coolvita Indonesia	173128666978552961	173128666978552961	7878-77	[TT] 3 Botol Chewable Calcium (3 Botol isi @30 Tablet) + 1 Pouch DHA Gummy (1 Pouch isi @10 pcs)
	CV58R14	[TT] 1 Box Collagen Gummy (1 Box @14 pc Bundle)	RTD	Collagen	Box	7878-77	Coolvita Indonesia	173128717577952833	173128717577952833	7878-77	[TT] 1 Box Collagen Gummy (1 Box @14 pcs) + 1 Pouch Collagen Gummy (1 Box @10 pcs) + 2 Pouch	
	CV58R24	[Yak Friday Top KOL] 1 Box Collagen Gum Bundle	RTD	Collagen	Box	7878-76	Coolvita Indonesia	173118455812097217	173118455812097217	7878-76	[Yak Friday Top KOL] 1 Box Collagen Gummy + 2 Box DHA Gummy	
	CVL6B	[EXCLUSIVE HAMEE LOUISSE] 1 Box Coolvita Single	Gummy	Collagen	Box	7878-76	Coolvita Indonesia	1731015124686620297	1731015124686620297	7878-76	[EXCLUSIVE HAMEE LOUISSE] 1 Box Coolvita Collagen Gummy Rasa Jeruk Ball dan Lemon (1	
	CV58MCT	[A - 14 KAPSUL] Coolvita 1 Big Box MCT Cc Single	Powder	MCT	Box	7878-76	Coolvita Indonesia	17310349128611072073	17310349128611072073	7878-76	[A - 14 KAPSUL] Coolvita 1 Big Box MCT Coffee Capsule isi 14 Kapsul - Mirman Kopi Latte 7 varian Ri	

Gambar 3.16 Penginputan Type, Product Line, Efficacy, Units.

Sumber: (Olahan Penulis,2025)

Dalam mendukung kelancaran operasional e-commerce Coolvita, khususnya pada platform TikTok Shop, penulis dengan rekan-rekan intern yaitu Fauzi, Lina, dan Dhani diberikan tanggung jawab untuk membantu proses penginputan data ke dalam sheet bernama "Selling Store PID Collection." Tugas ini berfokus pada pengisian empat kolom penting, yaitu Type, Product Line, Efficacy, dan Units. Data tersebut harus diisi berdasarkan informasi yang sudah tersedia pada kolom Product Name yang terdapat di sheet yang sama.

Alur kerjanya dimulai dengan menyesuaikan dari kolom *Product Name*. Dari nama produk yang tercantum, kami harus menganalisis karakteristik produk tersebut, misalnya apakah produk termasuk dalam kategori *Single* atau *Bundle*, jenis produk seperti *Gummy*, *Powder*, atau *Effervescent*, manfaat utama seperti *DHA*, *MCT*, atau *Collagen*, serta bentuk satuan produk seperti *Box*, *Bottle*, atau *Tube*. Semua informasi ini kemudian dimasukkan ke kolom Type, Product Line, Efficacy, dan Units pada sheet tersebut.

Coolvita sendiri memiliki total 8 akun TikTok, untuk membagi kerja secara merata, setiap orang diberi tanggung jawab untuk menangani dua akun. Penulis sendiri memegang akun Slimkip dan Coffee by Coolvita. Fauzi bertugas pada akun Toko Coolvita dan Coolvita Gym. Lina menangani Coolvita Shop dan Healthy Beauty, sedangkan Dhani mengelola akun Coolvita Indonesia dan Coolvita ID.

Penginputan data ini bukan hanya sebagai tugas teknis semata, tetapi juga memiliki peran strategis. Data yang telah dirapikan akan diserahkan kepada VP E-commerce Coolvita. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa seluruh informasi produk yang ada di TikTok Shop sudah terstruktur dengan baik. Hal ini akan sangat membantu tim pusat dalam melakukan pengecekan.

Berikut ini merupakan tugas-tugas yang hampir secara rutin dilakukan oleh intern di PT Coolvita Maju Sehat dan juga selama menjalani kegiatan magang selama empat bulan di PT Coolvita Maju Sehat sebagai bagian dari tim Operation, penulis memperoleh banyak pengalaman berharga yang tidak hanya memperluas keterampilan teknis, tetapi juga membentuk cara berpikir dan sikap profesional dalam menghadapi dunia kerja. Tugas-tugas yang dijalankan, mulai

dari price check produk, quality control konten promosi, pengecekan data Order Volume Limit (OVL), hingga pembuatan dan pengelolaan voucher serta banner campaign di platform e-commerce, membuka wawasan baru mengenai bagaimana proses operasional digital dijalankan secara nyata dalam sebuah perusahaan yang bergerak di industri suplemen kesehatan. Penulis belajar bahwa tugas-tugas yang tampak administratif atau berulang sekalipun ternyata memiliki dampak besar terhadap performa penjualan, kepuasan pelanggan, dan citra merek di mata publik.

Salah satu pelajaran penting yang diperoleh penulis adalah bagaimana proses-proses kecil yang dikerjakan secara konsisten dapat menjadi penentu keberhasilan sebuah kampanye promosi. Price check yang dilakukan dua kali sehari, misalnya, bukan sekadar memastikan harga yang tampil di TikTok Shop dan Tokopedia sesuai dengan strategi, tetapi juga menjadi bagian penting dalam menjaga kepercayaan konsumen dan mencegah kesalahan yang bisa merugikan perusahaan. Dalam dunia operasional, ketelitian dan ketepatan waktu merupakan hal yang sangat krusial. Aktivitas ini melatih kedisiplinan, tanggung jawab, serta kesadaran bahwa keberhasilan sebuah bisnis tidak hanya berasal dari ide kreatif, tetapi juga dari eksekusi yang rapi, teliti, dan berkelanjutan.

Proses quality control terhadap konten video promosi dari Top Creator maupun Tim China juga menjadi tantangan tersendiri yang sangat mengasah kepekaan dan ketelitian penulis. Setiap konten yang masuk harus dipastikan tidak mengandung kata-kata yang melanggar ketentuan TikTok, tidak memberikan klaim berlebihan, serta menyampaikan informasi yang akurat dan sesuai regulasi. Kegiatan ini membentuk pemahaman bahwa menjaga reputasi brand bukan hanya tugas tim kreatif atau pemasaran, tetapi juga melibatkan peran tim operasional sebagai filter akhir sebelum konten dipublikasikan. Penulis dilatih untuk menilai konten secara kritis, berani memberikan masukan terhadap materi yang perlu direvisi, serta memahami bahwa setiap materi komunikasi perusahaan membawa tanggung jawab profesional dan etis.

Dari sisi penggunaan sistem, penulis juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya peran teknologi dalam mendukung kelancaran operasional

perusahaan. Meskipun tidak secara langsung mengoperasikan sistem SAP yang digunakan dalam pengelolaan stok dan SKU, penulis bekerja secara kolaboratif dengan rekan satu tim yang menggunakan sistem tersebut. Melalui proses koordinasi harian, penulis memahami bahwa integrasi sistem menjadi fondasi utama dalam menjaga konsistensi data dan efisiensi distribusi. Sementara itu, TikTok Seller Center menjadi platform yang digunakan secara langsung oleh penulis untuk menjalankan tugas-tugas seperti pengecekan harga, pemantauan kampanye promosi, pembaruan informasi voucher, dan diagnosis harga. Pengalaman ini mengajarkan bahwa penguasaan terhadap tools digital bukan hanya berkaitan dengan keterampilan teknis, tetapi juga menyangkut pemahaman terhadap fungsinya sebagai alat pendukung pengambilan keputusan bisnis yang efektif.

Selain aspek teknis, pembelajaran mengenai komunikasi dan kerja sama tim juga menjadi salah satu pengalaman yang paling berkesan. Selama masa magang, penulis berinteraksi dengan berbagai divisi seperti konten, marketing, desain, hingga tim gudang. Setiap tugas yang dijalankan membutuhkan koordinasi yang erat dan komunikasi yang jelas. Dalam beberapa situasi, penulis harus melakukan penyesuaian cepat, seperti saat ada perubahan harga atau promo yang harus ditayangkan dalam waktu singkat. Hal ini melatih penulis untuk berpikir cepat, menyampaikan informasi secara efektif, dan tetap tenang dalam situasi mendesak. Pengalaman ini memperkuat keyakinan bahwa keberhasilan operasional bukan hanya ditentukan oleh individu, tetapi oleh sinergi dan kepercayaan dalam kerja tim yang solid.

Dari seluruh proses tersebut, penulis mendapatkan pemahaman yang lebih nyata mengenai bagaimana teori-teori manajemen operasi yang dipelajari di perkuliahan diterapkan secara langsung di dunia industri. Konsep seperti supply-demand matching, quality control, dan efisiensi proses benar-benar terlihat dalam praktik kerja di PT Coolvita Maju Sehat. Sebagai contoh, data OVL dan GMV yang dikumpulkan secara rutin tidak hanya menjadi pelaporan, tetapi juga menjadi dasar evaluasi performa dan perencanaan strategi penjualan oleh manajemen. Dengan mengamati dan terlibat langsung dalam proses

tersebut, penulis merasa bahwa pengalaman magang ini menjadi jembatan penting antara pembelajaran akademik dan realitas operasional bisnis.

Secara keseluruhan, pengalaman magang di PT Coolvita Maju Sehat memberikan dampak yang sangat positif terhadap proses pembelajaran dan pengembangan diri penulis. Tidak hanya keterampilan teknis yang meningkat, tetapi juga pola pikir yang lebih strategis, sikap kerja yang lebih tangguh, dan kesiapan mental untuk menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Penulis menjadi lebih memahami pentingnya kontribusi kecil dalam proses besar, dan bahwa setiap langkah kerja yang dijalankan dengan penuh tanggung jawab akan memberikan hasil yang signifikan bagi organisasi secara keseluruhan. Magang ini tidak hanya menjadi syarat akademik, tetapi menjadi pengalaman transformatif yang memperkuat identitas profesional dan kesiapan karier penulis di masa depan.

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Selama menjalani masa magang di PT Coolvita Maju Sehat, khususnya dalam divisi Operation, penulis dihadapkan dengan berbagai tantangan yang cukup menantang baik secara teknis maupun non-teknis. Kendala-kendala ini tidak hanya menguji kemampuan kerja secara langsung, tetapi juga menjadi titik pembelajaran penting dalam memahami dinamika kerja yang nyata di industri digital dan e-commerce.

Salah satu kendala yang cukup sering terjadi dan berdampak pada aktivitas harian adalah perubahan sistem TikTok Shop yang berlangsung secara tiba-tiba yang diberikan informasi serta kebutuhan dari VP E-Commerce. Sebagai platform yang sedang berkembang pesat, TikTok Shop memang sering melakukan update fitur, entah itu layout dashboard, pengaturan voucher, hingga tampilan price diagnosis. Masalahnya, perubahan tersebut sering kali terjadi tanpa adanya dokumentasi yang jelas, sehingga tim Operation harus menyesuaikan diri secara spontan. Proses yang biasanya bisa selesai dalam waktu singkat, seiring waktu pada masa pembaharuan fitur menjadi lebih lambat karena harus mencari ulang fitur yang berubah tempat, atau bahkan hilang

sementara. Ini membuat alur kerja jadi tidak stabil, dan kadang memicu kebingungan, terutama bagi intern yang baru masuk ke sistem dan belum sepenuhnya familiar.

Selain itu, permasalahan ketidaksesuaian harga antara platform TikTok Shop dengan platform lain juga menjadi tantangan tersendiri. Perbedaan ini terjadi karena masing-masing platform memiliki sistem algoritma dan struktur promosi yang berbeda. Terkadang, perubahan harga yang dilakukan tim e-commerce pada platform lain tidak langsung diikuti oleh update serupa di TikTok Shop, sehingga muncul selisih harga antara dua platform yang berbeda untuk produk yang sama. Ini bisa menimbulkan kesan kurang profesional di mata pelanggan, dan tidak jarang memicu pertanyaan bahkan komplain. Tim Operation pun harus sigap melakukan pengecekan dan update harga manual, supaya perbedaan ini tidak berlangsung terlalu lama.

Di sisi lain, dalam aktivitas input data seperti saat melakukan registrasi produk, mengatur diskon, membuat voucher, atau memasukkan harga, penulis sempat mengalami kendala berupa kesalahan input atau human error. Dalam volume kerja yang cukup banyak dan dibatasi waktu, kesalahan seperti salah ketik harga, salah input SKU, atau lupa menghubungkan voucher dengan produk bisa saja terjadi. Meskipun terlihat sederhana, kesalahan kecil ini bisa berdampak besar. Misalnya, voucher yang seharusnya aktif malah tidak muncul di halaman promosi, atau harga diskon tidak sesuai dengan yang ditampilkan, yang akhirnya bisa mengganggu proses pembelian konsumen.

Terakhir, tantangan yang tidak kalah krusial adalah soal waktu saat melakukan pengecekan kualitas konten (*quality check*) untuk video promosi dari kreator TikTok. QC dilakukan dua tahap, intern di layer pertama, lalu supervisor di *layer* kedua untuk memastikan bahwa video konten promosi produk tidak mengandung pelanggaran seperti kata-kata terlarang (*violation word*), klaim berlebihan (*overclaim*), atau informasi yang salah (*misinformation*). Masalahnya, banyak video yang datang mendekati tenggat waktu *posting*, sehingga waktu untuk melakukan dua *layer* pengecekan jadi sangat terbatas. Ini membuat proses QC jadi cukup menegangkan karena harus tetap teliti, tapi

dikerjakan dalam waktu singkat. Di sinilah penulis belajar bahwa dalam dunia kerja, tantangan bukan hanya soal volume kerja, tetapi juga tentang bagaimana mengelola waktu dan tanggung jawab secara seimbang.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Menghadapi berbagai kendala tersebut, tentu tidak cukup hanya dengan mengandalkan improvisasi sesaat. Selama magang, penulis melihat bagaimana tim Operation Coolvita berupaya mencari solusi yang tidak hanya menyelesaikan masalah di depan mata, tetapi juga mencegah masalah yang sama terjadi kembali. Pendekatannya sangat kolaboratif dan sistematis, bahkan untuk hal-hal yang kelihatannya sederhana sekalipun.

Untuk masalah perubahan sistem TikTok Shop yang sering berubah tiba-tiba, tim mengambil inisiatif membuat panduan internal singkat yang di update secara berkala. Panduan ini berisi tangkapan layar dan penjelasan praktis mengenai fitur baru atau alur kerja yang berubah, kemudian dibagikan melalui folder Google Drive yang bisa diakses seluruh anggota tim. Dengan begitu, semua bisa belajar cepat tanpa harus bertanya berulang-ulang atau kebingungan sendiri. Tim juga rutin mengadakan sesi koordinasi pagi secara informal, semacam briefing ringan, untuk saling menginformasikan jika ada update terbaru dari sistem. Cara dalam mengatasi masalah ini terlihat sederhana, tapi sangat membantu dalam menjaga ritme kerja tetap efisien dan mencegah salah paham.

Untuk kendala perbedaan harga antar platform, tim Operation dan tim e-commerce bekerja sama melalui Google Sheet kolaboratif yang diupdate dua kali sehari. Price check dilakukan oleh intern, lalu dibandingkan langsung dengan sheet harga yang dikelola tim e-commerce. Kalau ada perbedaan harga, intern langsung memberikan notifikasi lewat grup kerja. Hal ini mendorong komunikasi yang aktif dan real-time antara dua divisi, sehingga harga bisa disesuaikan dengan cepat dan platform tetap konsisten. Di sinilah penulis benar-benar melihat pentingnya kerja tim dan koordinasi yang terstruktur antar fungsi, karena satu kesalahan kecil bisa berdampak luas.

Dalam hal mengurangi risiko human error saat input data, tim menerapkan sistem validasi dua tahap. Artinya, setelah intern mengisi data produk atau promo, hasilnya akan diperiksa ulang oleh pembimbing lapangan sebelum di-publish. Selain itu, dibuat juga template pengisian data dengan format yang sudah ditentukan, supaya setiap orang mengisi dengan cara yang sama. Hal ini membantu saat melakukan pengecekan dan membuat proses kerja jadi lebih rapi dan teratur. Meskipun di awal sistem ini terlihat cukup ketat, nyatanya cara ini sangat membantu karena bisa mengurangi kesalahan dan mempercepat pekerjaan. Semua orang jadi tahu aturan atau standar yang harus dipatuhi saat bekerja.

Terakhir, untuk masalah waktu yang cukup sedikit saat quality check video untuk melakukan proses *posting*, tim mengembangkan sistem prioritas. Video yang paling dekat dengan waktu tayang akan dicek terlebih dahulu, dan dibagi ke intern untuk melakukan pengecekan awal. Intern memberikan tanda “Y” atau “N” serta catatan jika ada pelanggaran, lalu supervisor akan meninjau kembali di layer kedua. Jika video perlu direvisi, catatan akan langsung diberikan secara langsung ke dalam satu sheet yang sama agar kreator bisa memperbaiki tanpa perlu proses komunikasi panjang. Dengan sistem ini, meskipun waktu terbatas, proses QC tetap bisa berjalan rapi, cepat, dan tetap menjaga standar konten.

Dari pengalaman mengatasi kendala-kendala tersebut, penulis tidak hanya belajar menyelesaikan masalah teknis, tetapi juga memahami pentingnya sikap proaktif, komunikasi tim yang baik, dan bagaimana berpikir solutif dalam tekanan. Hal-hal ini mungkin tidak langsung diajarkan di bangku kuliah, tetapi menjadi bekal yang sangat berharga untuk menghadapi dunia kerja yang sebenarnya yang nyata, cepat berubah, dan menuntut tanggung jawab dari setiap individu di dalamnya.