

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perguruan tinggi tidak hanya bertanggung jawab dalam membekali mahasiswa dengan pengetahuan teoritis, tetapi juga dalam mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan dunia kerja secara nyata. Universitas Multimedia Nusantara mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan program magang sebagai bagian dari kurikulum akademik. Program ini dirancang untuk menjembatani kesenjangan antara teori yang dipelajari di perkuliahan dengan praktik yang sesungguhnya terjadi di dunia industri.

Melalui program magang, mahasiswa dapat mengembangkan berbagai keterampilan yang dibutuhkan di dunia kerja, seperti kemampuan komunikasi, kerja sama tim (Hakiki et al., 2023), serta kemampuan beradaptasi dengan lingkungan profesional (Wilopo et al., 2025). Selain itu, magang juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam situasi kerja yang nyata. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa pengalaman kerja praktis dapat meningkatkan kesiapan kerja, keterampilan profesional, serta pemahaman terhadap dinamika dunia kerja. Pelaksanaan magang juga menjadi salah satu syarat kelulusan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Ketertarikan penulis terhadap bidang pemasaran digital berawal dari dua minat yang dimiliki, yaitu ketertarikan pada pengolahan data dan angka serta minat pada aspek kreativitas. Penulis melihat bahwa pemasaran digital mampu menggabungkan kedua aspek tersebut, di mana strategi berbasis data dan analisis digunakan bersamaan dengan penyusunan pesan yang kreatif untuk menjangkau konsumen. Ketertarikan ini kemudian berkembang melalui mata kuliah yang ditempuh selama perkuliahan, seperti Marketing Management, Consumer Digital Behavior, dan Digital Marketing, yang membantu penulis memahami dasar serta

penerapan strategi pemasaran di era digital. Oleh karena itu, penulis memandang kegiatan magang sebagai kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan tersebut secara langsung dalam lingkungan kerja yang relevan.

Sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen dengan peminatan Marketing, penulis memilih untuk melaksanakan program magang di PT Everbesindo Surya Jaya (Everbest Group). Pemilihan perusahaan ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, Everbest Group merupakan perusahaan ritel fesyen yang telah beroperasi secara regional di Asia Tenggara selama 47 tahun, sehingga memberikan kesempatan bagi penulis untuk memahami dinamika industri ritel fesyen secara langsung.

Kedua, penulis memiliki ketertarikan terhadap *brand* Everbest sejak masa pandemi COVID-19, ketika *brand* ini mengalami peningkatan eksposur dan menarik perhatian konsumen secara luas melalui berbagai platform digital. Hal tersebut mendorong penulis untuk memahami lebih lanjut strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh perusahaan, khususnya dalam mengoptimalkan iklan digital dan kehadiran di platform *marketplace* seperti Shopee, Zalora, dan TikTok Shop.

Ketiga, divisi E-Commerce Everbest Group memberikan kesempatan bagi penulis untuk terlibat langsung dalam praktik pemasaran digital yang relevan dengan peminatan yang diambil selama perkuliahan.

E-commerce kini memegang peran yang semakin penting dalam industri ritel fesyen. Industri fesyen merupakan segmen terbesar dalam bisnis *e-commerce* B2C secara global, dengan nilai pasar yang diperkirakan mencapai USD 769 miliar pada tahun 2023 dan diproyeksikan tumbuh sekitar 9–10% per tahun hingga melampaui USD 1,1 triliun pada tahun 2027 (*Fashion ECommerce: Market Data & Analysis | Statista, 2024*). Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya penggunaan platform *e-commerce* dalam aktivitas penjualan dan pemasaran. Tidak hanya membuka saluran penjualan baru, kehadiran platform *e-commerce* juga memungkinkan perusahaan menjalankan aktivitas pemasaran

yang lebih terukur dan tepat sasaran melalui pemanfaatan data aktivitas konsumen, seperti pencarian produk, halaman yang dikunjungi, interaksi, hingga proses *add to cart* dan pembelian (Hong, 2024; Zhang & Huang, 2022; Zhou & Hudin, 2024).

Berdasarkan hal tersebut, penulis secara khusus memilih untuk bergabung dengan divisi E-Commerce karena ketertarikan pada kemampuan divisi ini dalam mengukur dan menganalisis perilaku konsumen secara menyeluruh berbasis data. Berbeda dengan saluran pemasaran konvensional, platform *e-commerce* memungkinkan perusahaan melacak perjalanan konsumen secara lebih detail, mulai dari sumber kunjungan hingga konversi pembelian. Melalui proses tersebut, penulis dapat memahami *customer journey* secara lebih komprehensif, sehingga menjadi alasan utama dalam memilih divisi E-Commerce sebagai tempat pelaksanaan magang.

Di tengah perkembangan *e-commerce* yang semakin pesat, perusahaan menghadapi tantangan dalam menjaga visibilitas Official Store Everbest di platform Shopee. Berdasarkan hasil observasi selama pelaksanaan magang, penulis menemukan bahwa pencarian menggunakan kata kunci merek seperti “Everbest” dan “EVB” di Shopee masih didominasi oleh produk dari toko *reseller*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa visibilitas organik Official Store Everbest belum optimal. Temuan ini mendorong penulis untuk memilih *project improvement* yang berfokus pada optimasi SEO *marketplace* dan restrukturisasi toko Shopee Everbest.

Pemilihan *project improvement* ini juga berkaitan dengan peminatan penulis pada bidang *marketing*, khususnya *digital marketing* dan perilaku konsumen. Dalam pemasaran digital, visibilitas produk pada hasil pencarian *marketplace* berperan penting dalam meningkatkan *traffic*, interaksi konsumen, dan peluang terjadinya pembelian. Melalui proyek ini, penulis dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan, seperti Consumer Digital Behavior dan Digital Marketing ke dalam praktik kerja secara langsung.

Bagi perusahaan, *project improvement* berkontribusi dalam meningkatkan *traffic* organik dan memperkuat posisi Official Store Everbest di Shopee. Peningkatan visibilitas produk di halaman pencarian diharapkan dapat meningkatkan kunjungan toko dan penjualan tanpa bergantung sepenuhnya pada iklan berbayar. Selain itu, penguatan Official Store Everbest juga membantu perusahaan menjaga konsistensi harga, kualitas layanan, serta representasi merek di platform Shopee. Oleh karena itu, *project improvement* ini tidak hanya relevan dengan bidang pemasaran digital, tetapi juga menjadi salah satu upaya perusahaan dalam meningkatkan efektivitas strategi penjualan digital secara berkelanjutan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Universitas Multimedia Nusantara mewajibkan mahasiswa untuk melaksanakan program kerja magang sebagai bagian dari kurikulum akademik. Program ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa dalam mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan serta memperoleh pengalaman praktis di dunia kerja. Selain itu, kegiatan magang juga menjadi salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan studi di Universitas Multimedia Nusantara. Sebagai pemenuhan kewajiban tersebut, penulis melaksanakan program kerja magang di PT Everbesindo Surya Jaya pada divisi E-Commerce.

Berikut maksud dan tujuan penulis mengikuti kerja magang:

1. Mengetahui peran serta alur kerja divisi E-Commerce di PT Everbesindo Surya Jaya, sekaligus menerapkan teori *marketing* dan *digital marketing* yang telah dipelajari selama perkuliahan.
2. Meningkatkan keterampilan praktis di bidang pemasaran, khususnya dalam optimasi SEO, pengelolaan *marketplace*, *copywriting*, pemanfaatan fitur promosi digital seperti *voucher* dan *flash sale*, serta pengelolaan iklan digital (*digital ads*) untuk meningkatkan visibilitas dan performa toko resmi Everbest secara keseluruhan.

3. Mengembangkan kemampuan analitis dalam mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan visibilitas digital perusahaan serta merancang solusi yang efektif melalui *project improvement*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Program kerja magang yang diselenggarakan oleh Universitas Multimedia Nusantara dilaksanakan dalam rentang waktu Januari hingga Juni. Berdasarkan ketentuan pada panduan Magang Track 1, setiap mahasiswa diwajibkan menjalani kegiatan magang dengan durasi minimal 80 hari kerja atau setara dengan 640 jam kerja. Selain pelaksanaan magang di perusahaan, mahasiswa juga diwajibkan mengalokasikan waktu sebanyak 207 jam untuk penyusunan laporan magang serta mengikuti minimal 8 kali sesi bimbingan bersama dosen pembimbing.

1.3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan ketentuan pelaksanaan kerja magang yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, mahasiswa diwajibkan memenuhi total durasi kerja magang sebesar 640 jam. Dalam rangka memenuhi ketentuan tersebut, penulis melaksanakan program kerja magang di PT Everbestindo Surya Jaya sejak 2 Februari 2026 hingga 1 Agustus 2026.

Selama periode tersebut, penulis menjalani kegiatan magang secara *work from office* (WFO) di kantor pusat (*Head Office*) Everbest Group yang berlokasi di Cengkareng Business City Tower M, Jalan Atang Sanjaya No. 21, RT. 1/RW. 6, Benda, Kecamatan Benda, Kota Tangerang, Banten 15125. Kegiatan magang dilaksanakan pada hari Senin hingga Jumat dengan jam kerja pukul 09.00–18.00 WIB, termasuk waktu istirahat selama satu jam pada pukul 12.00–13.00 WIB. Jam kerja bersifat fleksibel, sehingga penulis diperbolehkan pulang lebih awal apabila telah memenuhi delapan jam kerja efektif dalam satu hari, sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam kontrak praktik kerja magang.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Adapun tahapan yang dilakukan penulis dalam pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Mengikuti persiapan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen dan Career Development Center Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menyusun *Curriculum Vitae* (CV) dan portfolio berdasarkan pengalaman dan kompetensi yang dimiliki penulis.
3. Mengikuti sesi pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen sebagai persiapan sebelum memasuki dunia kerja.
4. Melakukan pendaftaran administrasi dengan mengumpulkan data diri serta transkrip nilai dari semester satu hingga semester lima.
5. Mencari perusahaan yang membuka lowongan kerja magang dengan posisi yang sesuai dengan peminatan *marketing* serta memenuhi syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh program studi.
6. Mengirimkan lamaran kepada PT Everbesindo Surya Jaya pada 16 Desember 2025.
7. Menerima panggilan wawancara dari Human Resource Department PT Everbesindo Surya Jaya pada 16 Desember 2025.
8. Mengikuti wawancara bersama Ibu YS dari Human Resource Department pada 17 Desember 2025 yang meliputi pembahasan pengalaman penulis, ketentuan kontrak kerja magang, serta pelaksanaan tes Excel dan psikotes.
9. Mengikuti wawancara dengan Bapak NU selaku Manajer E-Commerce pada 29 Desember 2025 untuk membahas pengalaman serta kompetensi penulis selama masa perkuliahan.
10. Mengisi Kartu Rencana Studi (KRS) dengan memilih program Professional Skill Enhancement Program Track 1 pada 19 Januari 2026.

11. Menerima surat penerimaan kerja magang secara resmi pada 2 Februari 2026.
12. Melakukan pendaftaran pada *website* Pro Step UMN.
13. Mengisi formulir registrasi hingga tahap *complete registration* pada *website* Pro Step UMN.
14. Melaksanakan program kerja magang terhitung sejak 2 Februari 2026 hingga 1 Agustus 2026.
15. Mengisi *daily task* setiap hari pada *website* Pro Step UMN untuk memenuhi ketentuan jam kerja yang berlaku dalam sistem.

Proses penyusunan laporan magang yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Proses penyusunan laporan praktik kerja magang dilaksanakan dengan pendampingan Bapak Wim Prihanto selaku dosen pembimbing. Kegiatan bimbingan dilakukan baik melalui pertemuan langsung di kampus maupun komunikasi melalui WhatsApp sehingga proses konsultasi dapat berlangsung secara fleksibel.
2. Penyusunan laporan magang dilakukan secara bertahap setiap harinya seiring dengan berjalannya pelaksanaan kerja magang.
3. Penyusunan laporan mengikuti pedoman serta format penulisan laporan magang yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara.
4. Setelah seluruh bagian laporan selesai disusun, penulis mengajukan laporan tersebut untuk memperoleh persetujuan dari dosen pembimbing dan Ketua Program Studi Manajemen.
5. Setelah memperoleh persetujuan, penulis melakukan pendaftaran sidang magang melalui *website* prostep.umn.ac.id.