

BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Pada Bab ini akan membahas secara rinci mengenai berbagai bidang kerja yang terlibat dalam mengelola online shop CentoShop.id di platform e-commerce Shopee. Setiap bidang kerja memiliki peran dan tanggung jawab yang penting dalam menjalankan operasional online shop tersebut. Dalam laporan ini, akan dijelaskan secara detail mengenai setiap bidang kerja tersebut, mencakup tugas-tugas spesifik, tantangan yang dihadapi, dan strategi yang digunakan untuk mengatasi masalah.

3.2 Pelaksanaan Kerja

- Pelaksanaan Kerja Profesi ini dilakukan selama 3 bulan, mulai pada tanggal 1 Maret 2023 sampai dengan 10 Mei 2023 dengan total jumlah hari kerja. Waktu serta hari kerja mengikuti peraturan jam kerja perusahaan dengan hari kerja Senin sampai Jumat pada pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 17.00 WIB.

3.2.1 Pengertian Manajemen Produk

Manajemen produk adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan pengendalian kegiatan yang terkait dengan pengembangan, peluncuran, dan pemasaran produk atau layanan. Tujuan utama manajemen produk adalah menciptakan dan mengelola produk yang sukses di pasar.

Manajemen produk melibatkan sejumlah kegiatan, termasuk identifikasi peluang pasar, analisis kebutuhan dan keinginan pelanggan, pengembangan konsep produk, perencanaan strategi pemasaran, pengembangan produk, pengujian, peluncuran, dan manajemen siklus hidup produk.

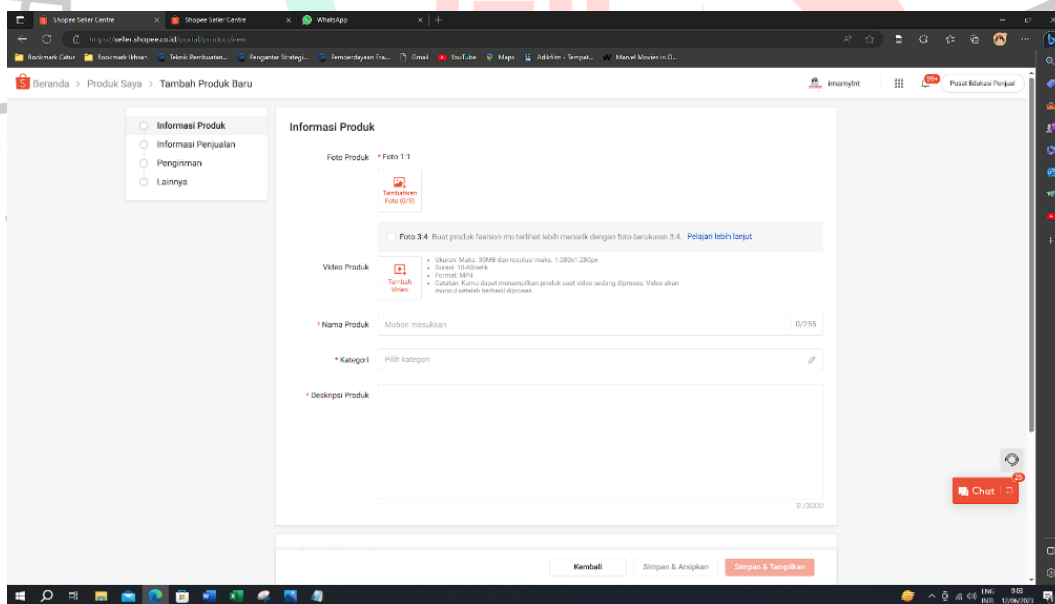
Peran manajemen produk melibatkan berbagai tugas, seperti mengidentifikasi tren pasar, melakukan riset kompetitor, menentukan fitur produk yang diinginkan, merencanakan anggaran, mengkoordinasikan tim pengembangan, mengelola siklus hidup produk, dan melakukan analisis pasar untuk mengoptimalkan kinerja produk.

Manajemen produk juga melibatkan pemantauan dan evaluasi terhadap produk yang ada di pasaran, termasuk umpan balik pelanggan dan data penjualan, untuk mengidentifikasi peluang perbaikan atau inovasi produk baru.

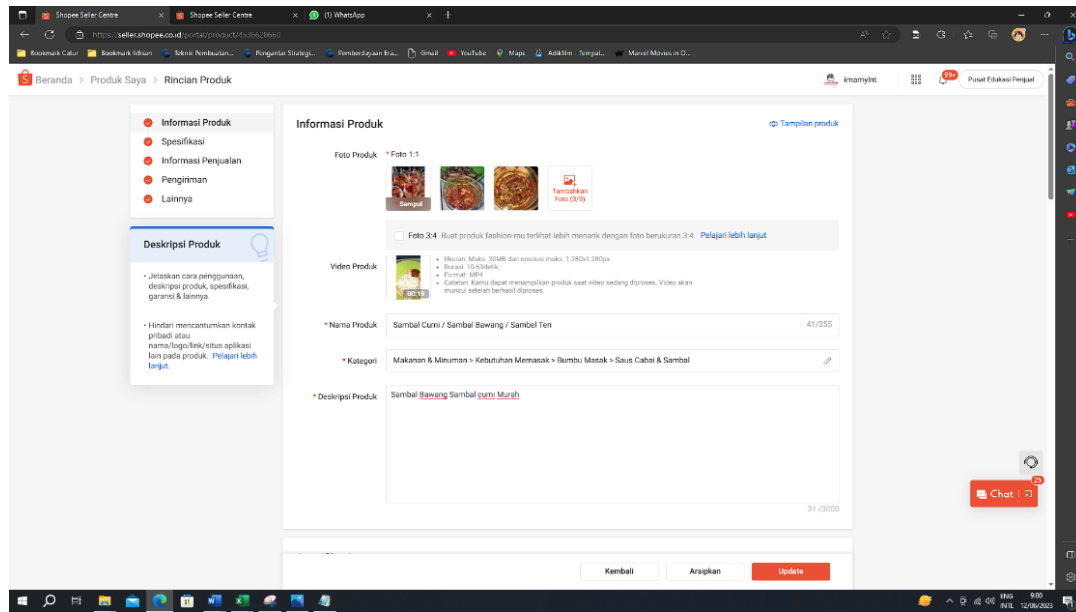
Pentingnya manajemen produk adalah untuk memastikan produk yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pasar, memiliki keunggulan kompetitif, dan mampu mencapai target penjualan serta keuntungan yang diharapkan. Dengan menerapkan manajemen produk yang efektif, perusahaan dapat mengoptimalkan pengembangan produk, mengurangi risiko kegagalan, dan meningkatkan peluang sukses di pasar.

3.2.1.1 Pelaksanaan Kerja Manajemen Produk

Bidang kerja pertama yang perlu diperhatikan dalam mengelola online shop CentoShop.id di Shopee adalah manajemen produk. Manajemen produk melibatkan serangkaian tugas yang meliputi penelitian pasar, penentuan dan pengaturan stok produk, pemilihan produk yang akan dijual, penentuan harga, serta manajemen katalog produk di Shopee.



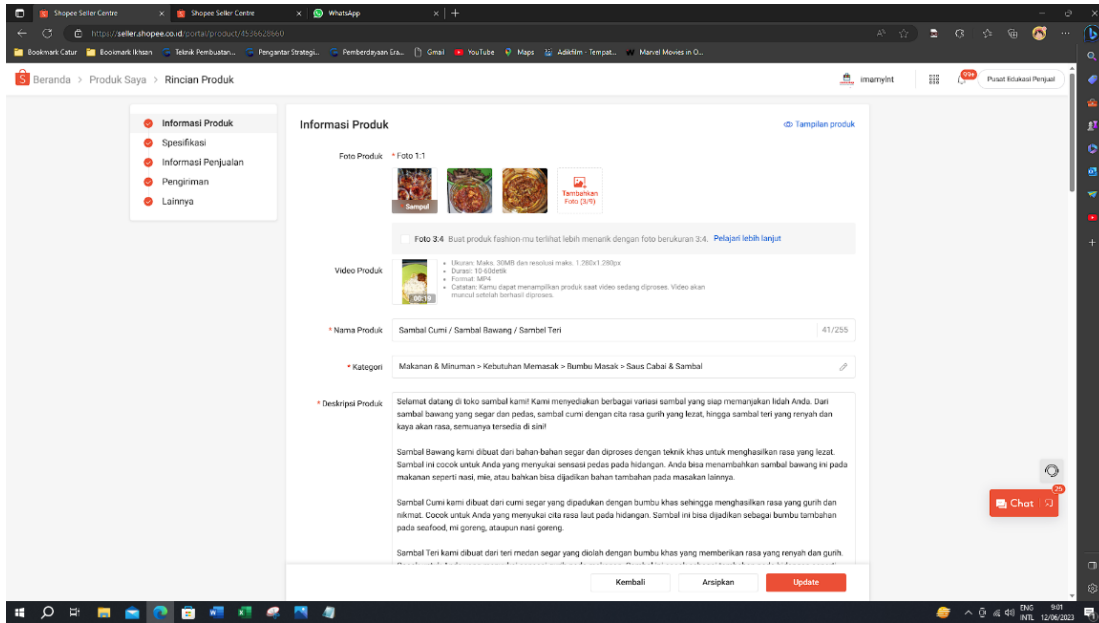
Gambar 3.1 Pendaftaran Produk



Gambar 3.2 Mengisi Keterangan Produk

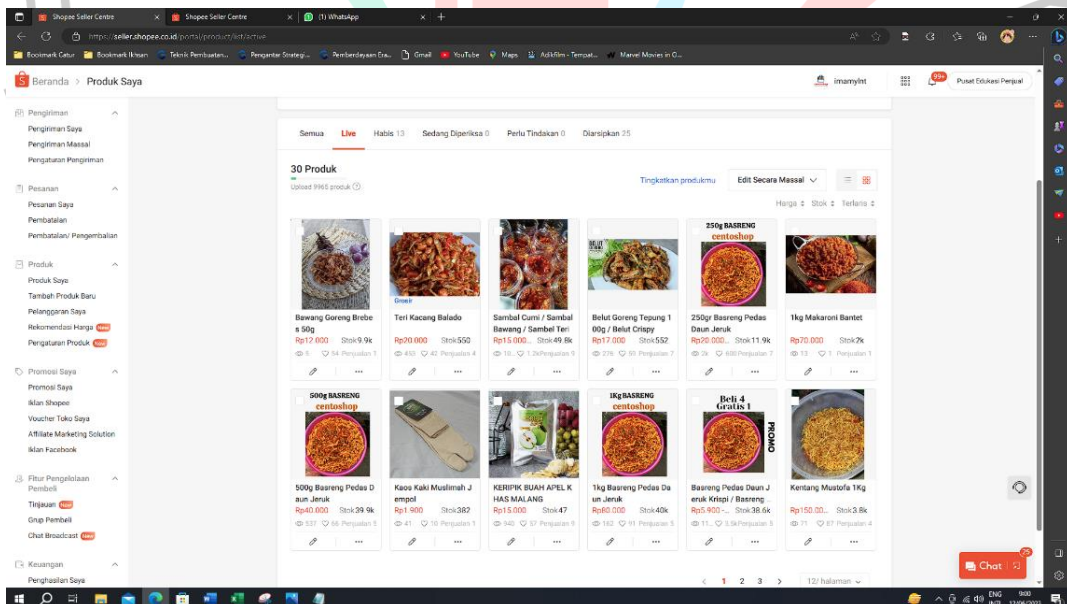
● Penelitian pasar menjadi langkah awal yang penting untuk memahami tren dan permintaan pelanggan. Dengan melakukan analisis pasar yang mendalam, tim manajemen produk dapat mengidentifikasi produk-produk yang populer dan berpotensi tinggi untuk dijual di CentoShop.id. Penentuan dan pengaturan stok produk yang efisien sangat penting untuk menjaga ketersediaan barang dan menghindari kekurangan atau kelebihan stok yang tidak diinginkan.

Pemilihan produk yang akan dijual di CentoShop.id juga membutuhkan strategi yang baik. Hal ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang minat dan preferensi target pasar. Selain itu, penentuan harga yang kompetitif dan menarik bagi pelanggan juga perlu diperhatikan. Ini akan membantu meningkatkan daya saing CentoShop.id di pasar e-commerce.



Gambar 3.3 Copywriting Deskripsi Produk

● Manajemen katalog produk di Shopee melibatkan pengelolaan informasi produk, foto produk, deskripsi produk, dan kategori produk. Katalog yang baik dan informatif akan membantu calon pembeli memahami produk yang ditawarkan oleh CentoShop.id dan meningkatkan peluang terjadinya pembelian.



Gambar 3.4 Pengaturan Katalog Produk

3.2.2 Pengertian Pemasaran dan Promosi

Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan mereka dan mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran melibatkan identifikasi pasar target, analisis kebutuhan pelanggan, pengembangan produk, penetapan harga, distribusi, dan promosi.

Promosi adalah salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan pembelian produk atau layanan. Promosi melibatkan berbagai teknik dan metode komunikasi yang digunakan perusahaan untuk mempengaruhi dan mempengaruhi target pasar.

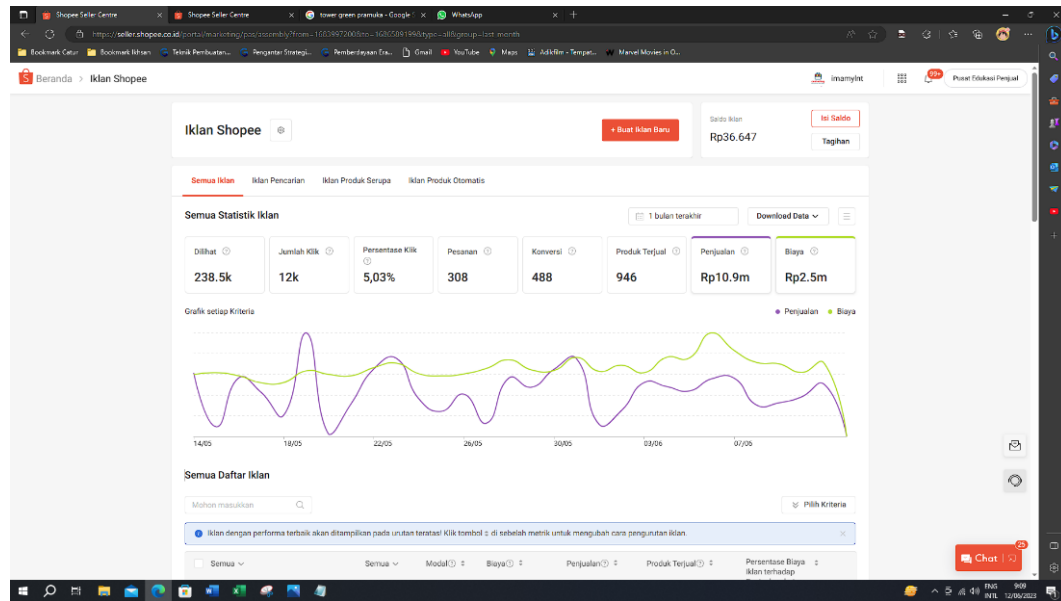
Promosi dapat mencakup berbagai kegiatan, seperti iklan melalui media cetak, elektronik, atau online, pemasaran langsung, publisitas, penjualan pribadi, sponsor acara, promosi penjualan, dan kegiatan hubungan masyarakat. Tujuan promosi adalah untuk mencapai komunikasi efektif dengan target pasar, membangun citra merek yang kuat, meningkatkan penjualan, dan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Pemasaran dan promosi saling terkait dan saling mendukung. Pemasaran melibatkan strategi yang lebih luas untuk mencapai tujuan bisnis, sementara promosi merupakan salah satu taktik yang digunakan dalam rangkaian pemasaran. Promosi bertujuan untuk mengkomunikasikan nilai produk atau layanan kepada pelanggan, sedangkan pemasaran melibatkan seluruh rangkaian kegiatan yang meliputi pengembangan produk, penetapan harga, dan distribusi.

Dalam praktiknya, pemasaran dan promosi harus didukung oleh penelitian pasar yang menyeluruh, pemahaman yang baik tentang pelanggan target, serta analisis dan pengukuran kinerja untuk memastikan efektivitas dan kesuksesan upaya pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

3.2.2.1 Pelaksanaan Kerja Pemasaran dan Promosi

Bidang kerja selanjutnya adalah pemasaran dan promosi. Dalam mengelola online shop CentoShop.id, pemasaran dan promosi menjadi kunci dalam meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan pasar.



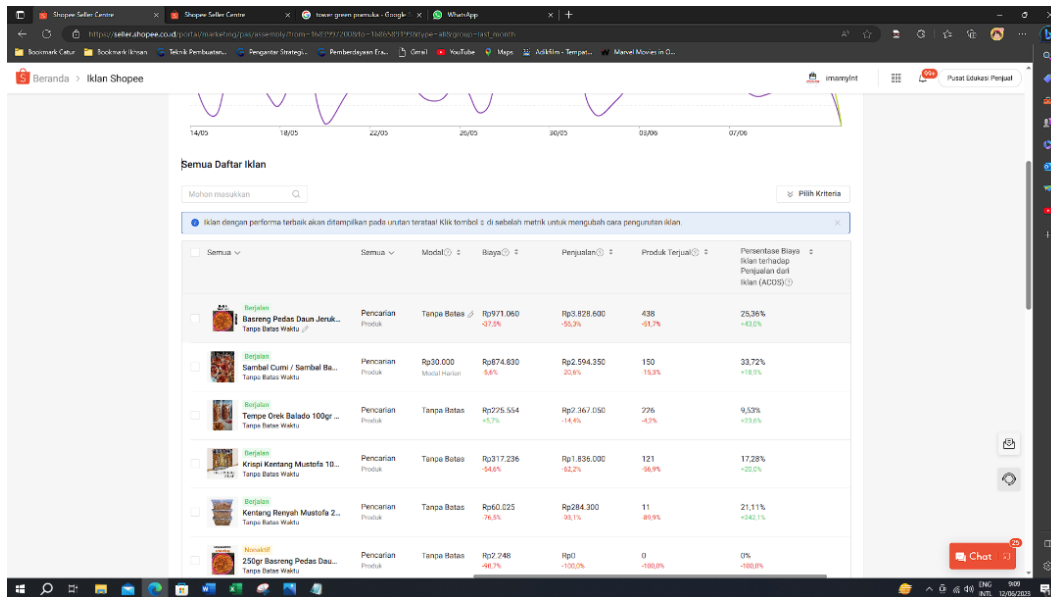
Gambar 3.5 Laporan Iklan Bulanan

penting dalam upaya mempromosikan CentoShop.id. Melalui kampanye ini, tim pemasaran dapat mengkomunikasikan nilai-nilai unik CentoShop.id, menyoroti produk-produk terbaru, dan menarik perhatian pelanggan potensial. Penggunaan media sosial dan saluran komunikasi lainnya, seperti email marketing dan iklan digital, juga penting dalam membangun kesadaran merek dan mengarahkan lalu lintas ke CentoShop.id.

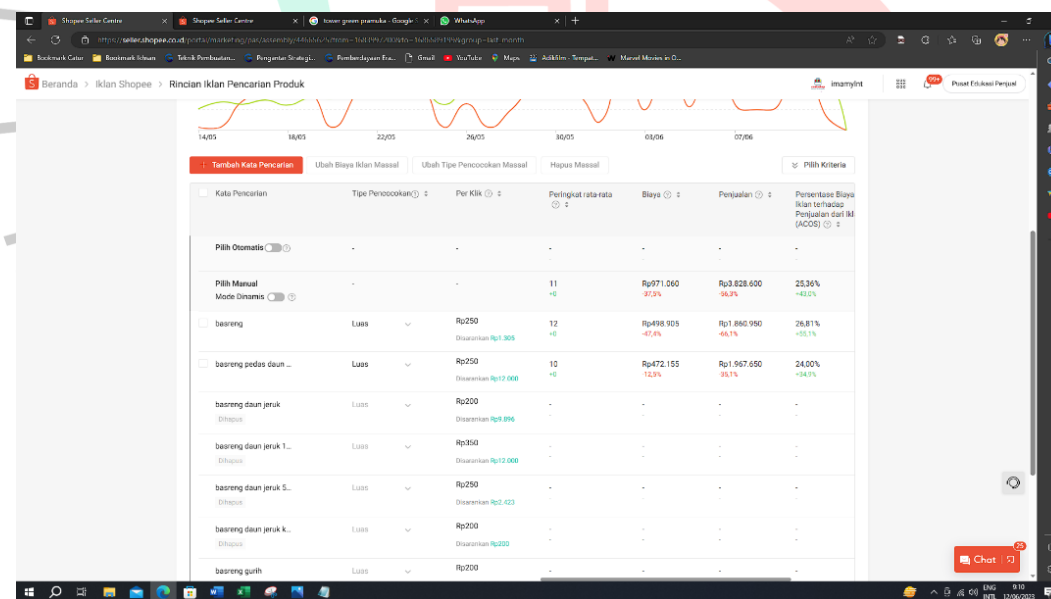
Analisis hasil kampanye pemasaran merupakan langkah penting untuk mengukur keberhasilan dan efektivitas upaya pemasaran. Melalui pemantauan dan analisis data kampanye pemasaran, tim dapat mengidentifikasi strategi yang efektif dan memperbaiki area yang perlu ditingkatkan. Misalnya, dengan melihat metrik seperti tingkat klik, konversi, dan nilai transaksi, tim dapat mengevaluasi performa kampanye dan mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan hasilnya.

Selain itu, kolaborasi dengan influencer dan mitra strategis juga menjadi bagian penting dalam bidang pemasaran dan promosi. Menggandeng influencer dengan audiens yang relevan dapat membantu meningkatkan eksposur CentoShop.id dan membangun kepercayaan pelanggan potensial. Kerjasama dengan mitra strategis seperti blog atau media online yang berkaitan dengan

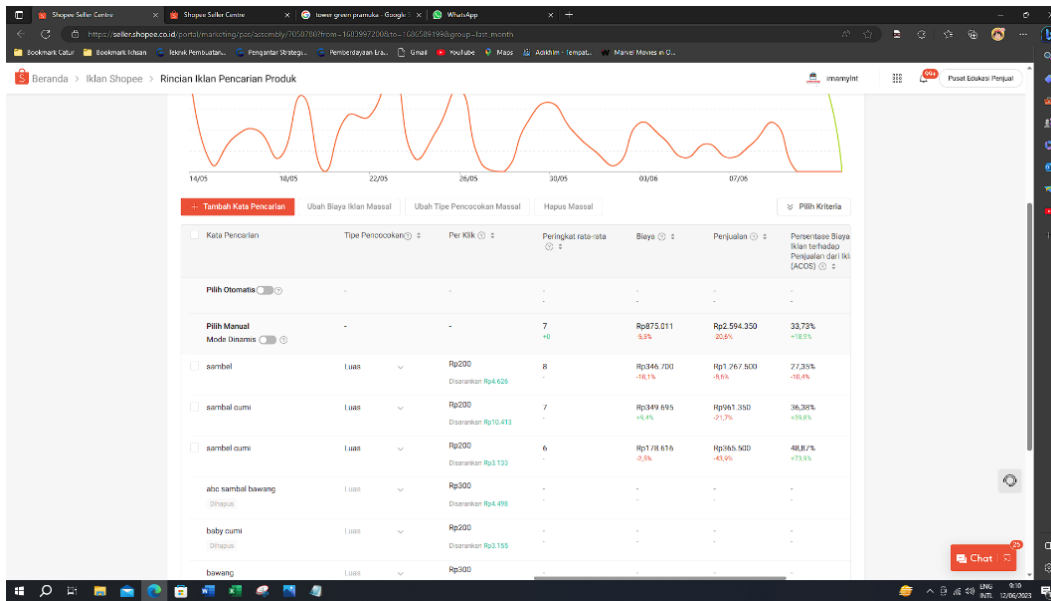
industri produk yang dijual di CentoShop.id juga dapat menjadi cara efektif untuk meningkatkan visibilitas dan menghasilkan penjualan.



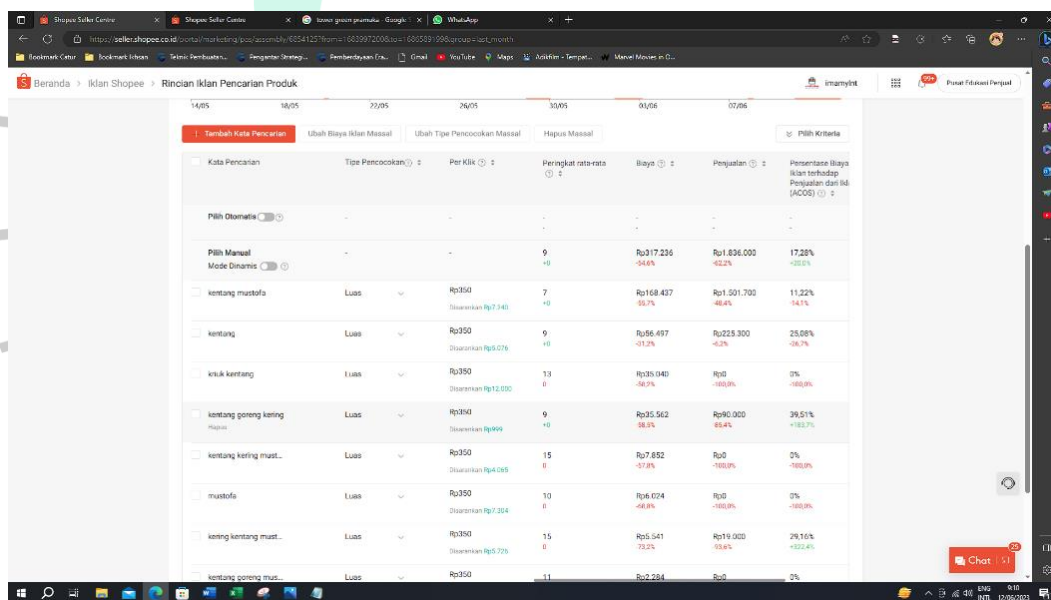
Gambar 3.6 Produk yang diiklankan



Gambar 3.7 Kata kunci iklan produk basreng



Gambar 3.8 Kata kunci iklan produk sambel



Gambar 3.9 Kata kunci iklan produk kentang

Kata Pencarian	Tipe Pencocokan	Per Klik	Peringkat rata-rata	Biaya	Penghasilan	Persentase Biaya iklan terhadap Penghasilan dari iklan (ACOS)
Pilih Otomatis						
Pilih Manual			6	Rp225.554	Rp2.367.850	9,53%
tempe orek	Luas	Rp350	5	Rp67.386	Rp783.300	8,60%
tempe	Luas	Rp250	7	Rp38.725	Rp259.700	10,64%
orek tempe	Luas	Rp350	4	Rp79.033	Rp586.100	13,48%
orek tempe teri	Luas	Rp350	7	Rp39.877	Rp641.950	6,20%
orek	Luas	Rp250	2	Rp1.884	Rp25.000	7,94%
balado	Luas	Rp250	15	Rp250	Rp0	0%
kecipik balado	Luas	Rp250	12	Rp174	Rp0	0%
jajanan	Luas	Rp250	24	Rp1	Rp0	0%

Gambar 3.10 Kata kunci iklan produk Orek Tempe

3.2.3 Logistik dan Pengiriman

Logistik berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, mengoptimalkan biaya operasional, mengurangi tingkat persediaan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengiriman, dalam konteks logistik, merujuk pada tahap proses logistik di mana barang atau jasa dikirim dari titik asal ke tujuan akhir. Ini melibatkan berbagai kegiatan seperti pemilihan metode pengiriman, pengemasan yang sesuai, pemrosesan dokumen, pengaturan transportasi, pengaturan jadwal pengiriman, pemantauan pengiriman, dan penanganan masalah yang mungkin muncul selama proses pengiriman.

Pengiriman juga melibatkan pemilihan penyedia jasa pengiriman yang dapat memenuhi kebutuhan pengiriman, baik itu dalam hal waktu, keamanan, akurasi, dan biaya. Faktor-faktor seperti jarak, volume, berat, jenis produk, dan kebutuhan khusus lainnya akan mempengaruhi pemilihan metode dan penyedia jasa pengiriman yang tepat.

Dalam era globalisasi dan e-commerce yang berkembang pesat, pengiriman juga melibatkan pengaturan pengiriman internasional, pemenuhan pesanan e-commerce, pelacakan pengiriman secara real-time, serta manajemen pengiriman yang efisien dan andal.

Secara keseluruhan, logistik dan pengiriman saling terkait dan merupakan bagian penting dari rantai pasok yang efektif. Logistik bertanggung jawab untuk merencanakan dan mengelola aliran barang dan jasa secara menyeluruh, sementara pengiriman merupakan tahap konkret dalam rangkaian logistik di mana barang atau jasa dikirim ke tujuan akhir.

3.2.3.1 Pelaksanaan Kerja Logistik dan Pengiriman

Bidang kerja logistik dan pengiriman merupakan aspek penting dalam mengelola online shop CentoShop.id. Tim logistik bertanggung jawab untuk mengatur proses pengemasan, pengiriman, dan pengembalian produk kepada pelanggan dengan efisien.



Gambar 3.11 Stok Produk



Gambar 3.12 Stok kemasan packing

Proses pengemasan produk harus dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan produk tiba dalam kondisi yang baik kepada pelanggan. Tim logistik harus memilih bahan kemasan yang aman dan menjaga kualitas produk selama proses pengiriman.



Gambar 3.13 Proses pengemasan produk



Gambar 3.14 Proses pengemasan paket



Gambar 3.15 Paket yang telah dipacking

Pemilihan jasa pengiriman yang andal dan efisien juga penting dalam menjaga kepuasan pelanggan. Tim logistik harus bekerja sama dengan mitra pengiriman yang dapat menjamin pengiriman yang tepat waktu dan aman. Memonitor status pengiriman secara teratur dan memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan juga merupakan tanggung jawab tim logistik.



Gambar 3.16 Pengiriman paket via Ojek Online

Dalam situasi ketika terjadi masalah pengiriman, seperti keterlambatan atau kerusakan produk, tim logistik harus siap untuk menanganinya dengan cepat

dan efektif. Mereka perlu berkomunikasi dengan pihak jasa pengiriman dan mencari solusi terbaik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Jika terjadi kerusakan produk, tim logistik harus memastikan penggantian atau pengembalian dana dilakukan dengan segera sesuai dengan kebijakan retur CentoShop.id.



Gambar 3.17 Pengiriman paket via Ekspedisi

3.2.4 Pengertian Layanan Pelanggan

Layanan pelanggan (*customer service*) merujuk pada serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Layanan pelanggan mencakup penanganan pesanan, pengelolaan pengembalian produk, penyelesaian masalah teknis, penjelasan mengenai kebijakan perusahaan, penyediaan informasi produk, dan pengaturan layanan purna jual.

Tujuan utama layanan pelanggan adalah meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun hubungan jangka panjang, dan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Dengan menyediakan layanan pelanggan yang baik, perusahaan dapat membangun citra positif, memperoleh loyalitas pelanggan, dan mempromosikan pembelian ulang.

Kualitas layanan pelanggan dapat diukur melalui berbagai faktor, seperti kecepatan tanggapan, kejelasan komunikasi, tingkat empati dan pengertian terhadap kebutuhan pelanggan, kemampuan dalam menyelesaikan masalah, dan kepuasan pelanggan setelah berinteraksi dengan perusahaan.

Perusahaan yang sukses sering kali menempatkan layanan pelanggan sebagai salah satu prioritas utama mereka, dengan melatih staf, menyediakan alat

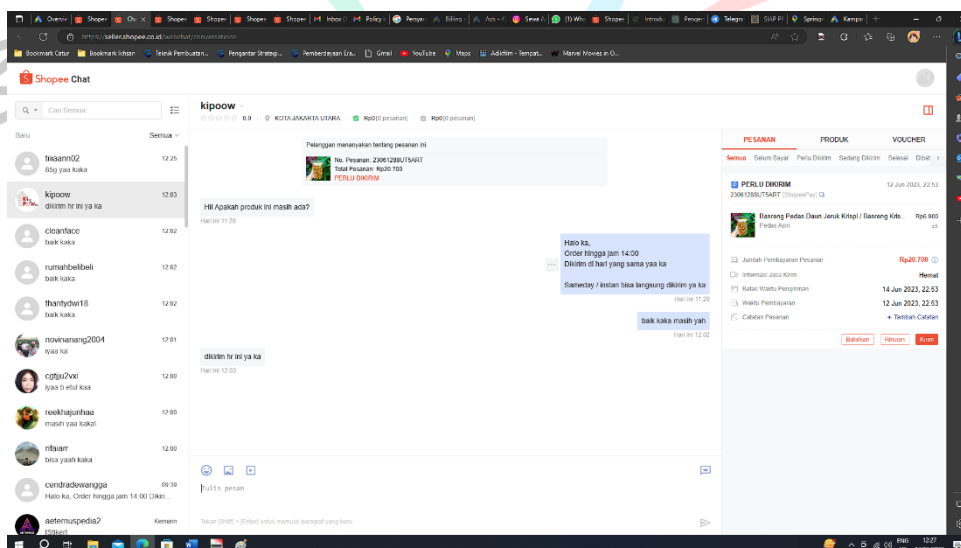
dan sistem yang efisien, serta mendengarkan umpan balik pelanggan untuk terus meningkatkan kualitas layanan pelanggan mereka.

Pentingnya layanan pelanggan terletak pada fakta bahwa pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan setia, merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, dan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan bisnis jangka panjang. Dalam era digital dan sosial media, di mana pengaruh dan umpan balik pelanggan dapat dengan cepat menyebar, memberikan layanan pelanggan yang baik menjadi semakin penting dalam membangun dan mempertahankan reputasi perusahaan.

3.2.4.1 Pelaksanaan Kerja Layanan Pelanggan

Bidang kerja selanjutnya adalah layanan pelanggan. Memastikan kepuasan pelanggan adalah prioritas utama dalam mengelola online shop CentoShop.id. Tim layanan pelanggan harus siap untuk merespons pertanyaan, keluhan, dan permintaan pelanggan dengan cepat dan profesional.

Melalui platform Shopee, tim layanan pelanggan harus menyediakan dukungan pelanggan yang efisien. Mereka harus memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang dijual, kebijakan pengiriman, dan kebijakan retur. Dalam menangani pertanyaan dan keluhan, penting untuk mendengarkan dengan baik dan memberikan solusi yang memuaskan bagi pelanggan.



Gambar 3.18 Pelayanan pelanggan melalui chat

Proses pemesanan, pengiriman, dan retur juga harus diurus dengan hati-hati oleh tim layanan pelanggan. Mereka harus mengkoordinasikan dengan tim

logistik dan memastikan bahwa pelanggan mendapatkan informasi yang akurat tentang status pesanan dan pengiriman. Jika terjadi masalah seperti keterlambatan pengiriman atau kerusakan produk, tim layanan pelanggan harus siap untuk menanganinya dengan sigap dan memberikan kompensasi yang tepat kepada pelanggan.

3.2.5 Kampanye di Google Ads

Iklan Google Ads adalah bentuk iklan yang ditampilkan di platform Google, termasuk mesin pencari Google, situs web mitra Google, dan aplikasi mobile. Iklan Google Ads muncul sebagai tautan sponsor yang relevan dengan kata kunci atau konten yang dicari oleh pengguna.

Iklan Google Ads menggunakan model lelang, di mana pengiklan menawarkan kata kunci atau ruang iklan tertentu untuk menampilkan iklan mereka. Ketika pengguna melakukan pencarian atau mengunjungi situs web yang relevan, iklan tersebut dapat ditampilkan kepada mereka.

Iklan Google Ads dapat memiliki berbagai format, termasuk iklan teks yang muncul di hasil pencarian, iklan banner atau gambar yang muncul di situs web mitra, iklan video yang ditampilkan di YouTube, serta iklan aplikasi mobile yang ditampilkan di aplikasi seluler.

Dalam iklan Google Ads, Anda dapat menyesuaikan pesan iklan Anda dengan judul yang menarik, deskripsi yang relevan, dan panggilan tindakan yang kuat untuk mendorong pengguna untuk mengklik iklan dan mengunjungi situs web Anda atau melakukan tindakan yang diinginkan.

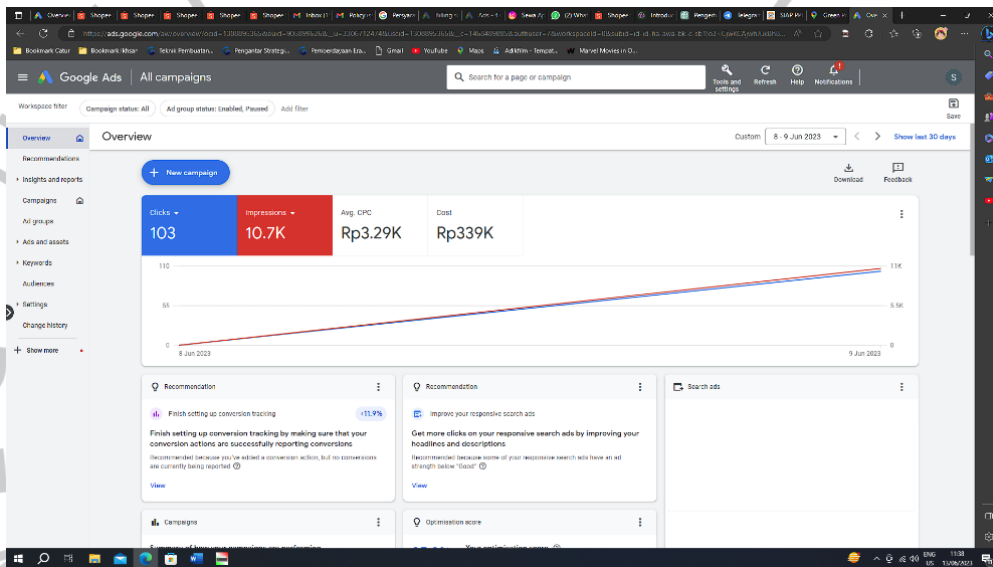
Keuntungan menggunakan iklan Google Ads adalah kemampuannya untuk menargetkan audiens yang relevan, mengukur kinerja kampanye dengan metrik yang terukur, dan memiliki fleksibilitas untuk menyesuaikan anggaran dan penawaran.

Namun, penting untuk merencanakan kampanye iklan Google Ads dengan baik, melakukan riset kata kunci yang tepat, mengoptimalkan iklan secara teratur, dan memonitor hasilnya untuk memastikan keberhasilan kampanye Anda.

3.2.5.1 Pelaksanaan Kampanye Google Ads

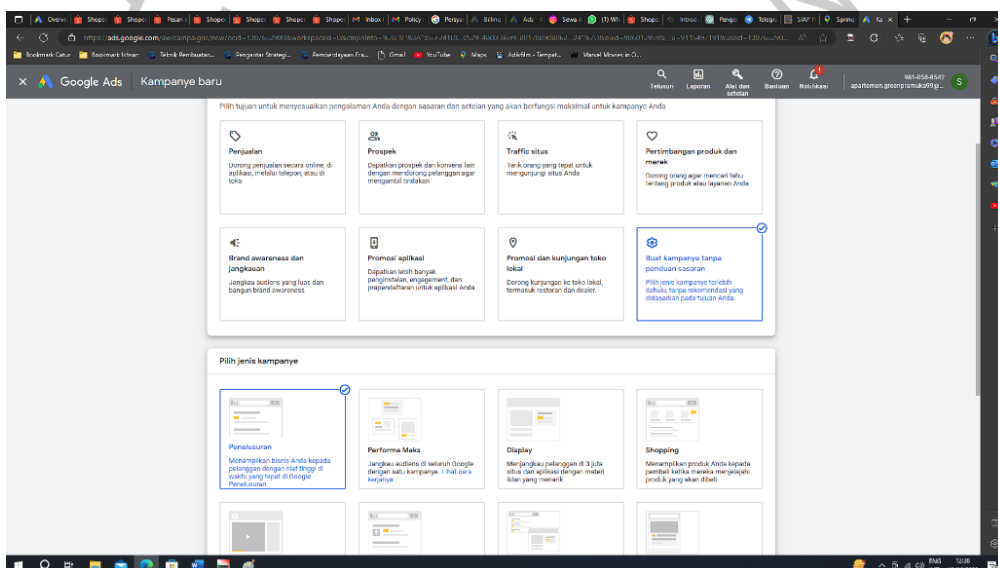
Kampanye iklan Google Ads untuk bisnis centoshop.id sebagai penjual makanan kering dapat membantu meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan potensial, dan meningkatkan penjualan. Berikut adalah langkah-langkah untuk membuat kampanye Google Ads:

1. **Buat Akun Google Ads:** Jika Anda belum memiliki akun Google Ads, kunjungi situs web Google Ads (ads.google.com) dan buat akun baru. Jika sudah memiliki akun Google Ads, masuk ke akun Anda.



Gambar 3.19 Pembuatan Akun Google Ads

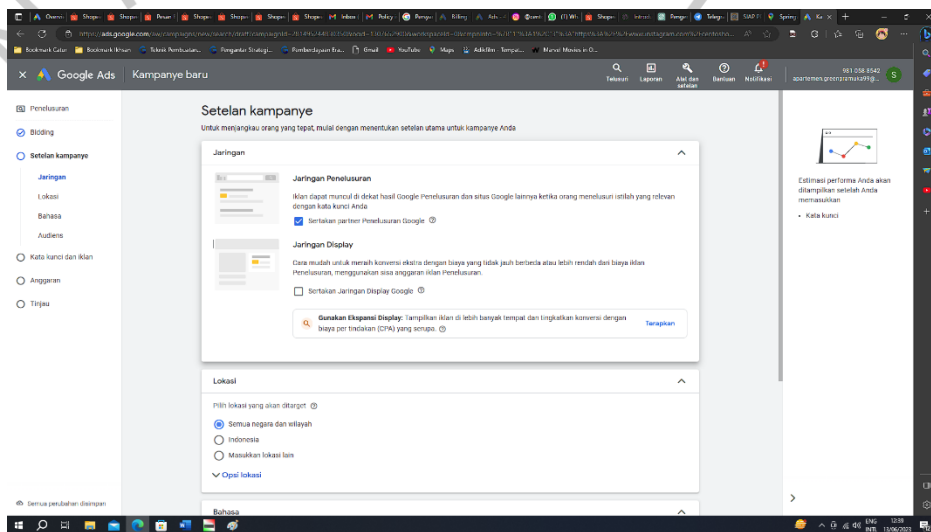
2. **Tentukan Tujuan Kampanye:** Identifikasi tujuan kampanye Anda, seperti meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran merek, atau mendapatkan lebih banyak kunjungan ke situs web Anda.



Gambar 3.20 Penentuan Tujuan Iklan

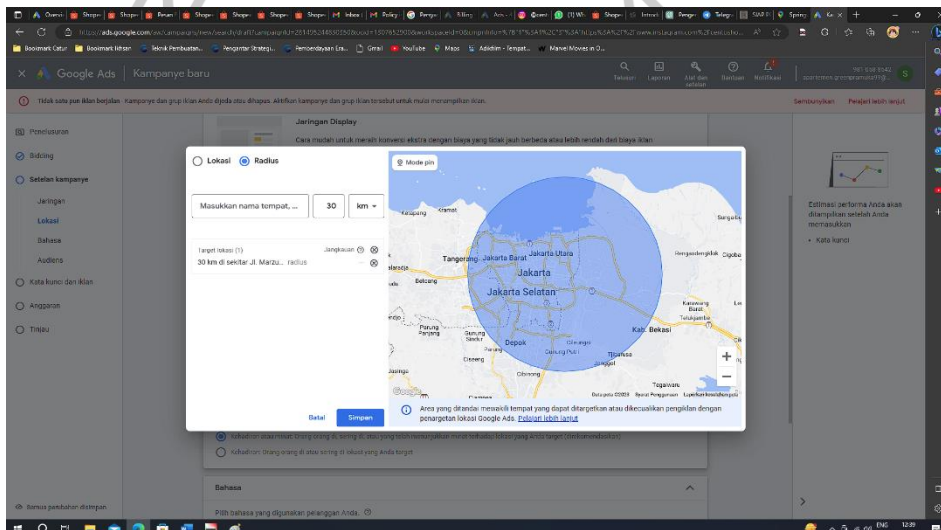
Gambar 3.21 Penentuan Tujuan Iklan

3. Tentukan Jenis Kampanye: Pilih jenis kampanye yang sesuai dengan tujuan Anda. Beberapa jenis kampanye yang umum adalah Kampanye Tautan Sponsor (Search Campaign), Kampanye Display, Kampanye Video, dan Kampanye Aplikasi.



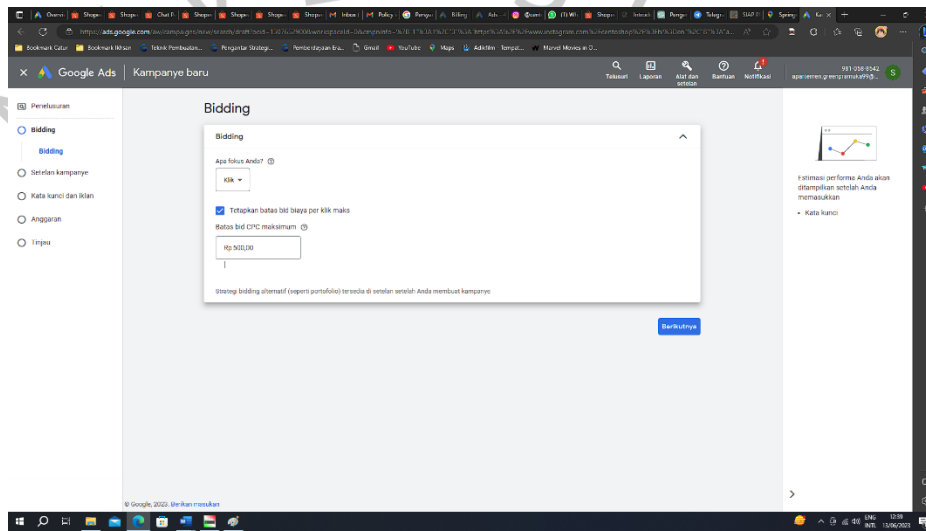
Gambar 3.21 Penentuan Jenis Iklan

4. Tentukan Lokasi dan Bahasa: Pilih lokasi geografis di mana Anda ingin menargetkan iklan Anda. Juga, tentukan bahasa yang relevan dengan audiens Anda.



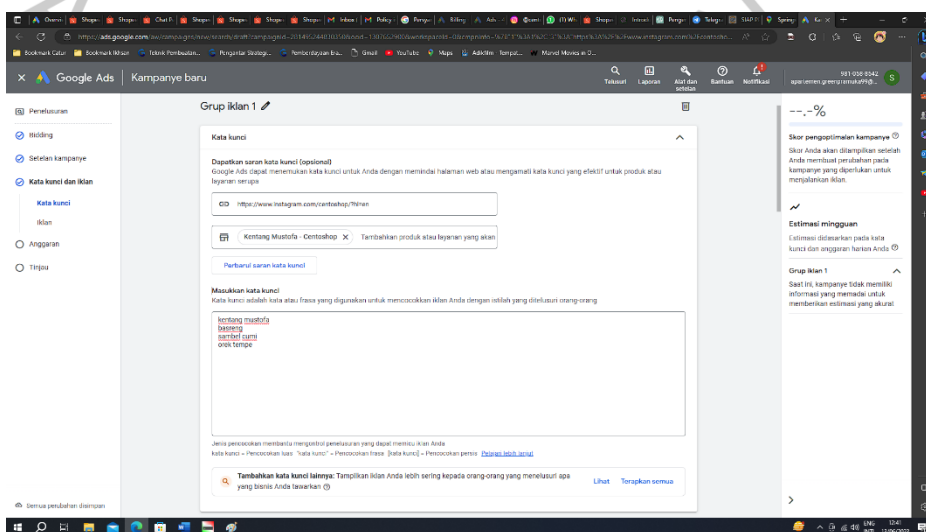
Gambar 3.22 Penentuan Lokasi Iklan

5. Tentukan Anggaran dan Penawaran: Tetapkan anggaran harian yang ingin Anda alokasikan untuk kampanye Anda. Juga, tentukan jenis penawaran yang akan Anda gunakan, seperti penawaran manual atau penawaran otomatis berdasarkan konversi atau klik.



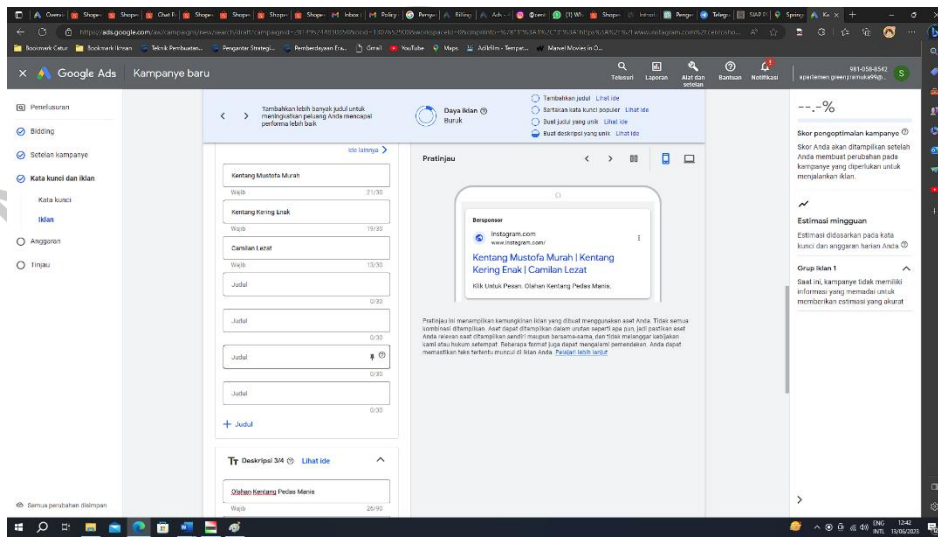
Gambar 3.23 Penentuan Jenis Penawaran dan Max Bid

6. Riset Kata Kunci: Lakukan riset kata kunci untuk menemukan kata kunci yang relevan dengan produk atau layanan Anda. Gunakan alat seperti Google Keyword Planner untuk menemukan kata kunci dengan volume pencarian yang tinggi dan tingkat persaingan yang sesuai.



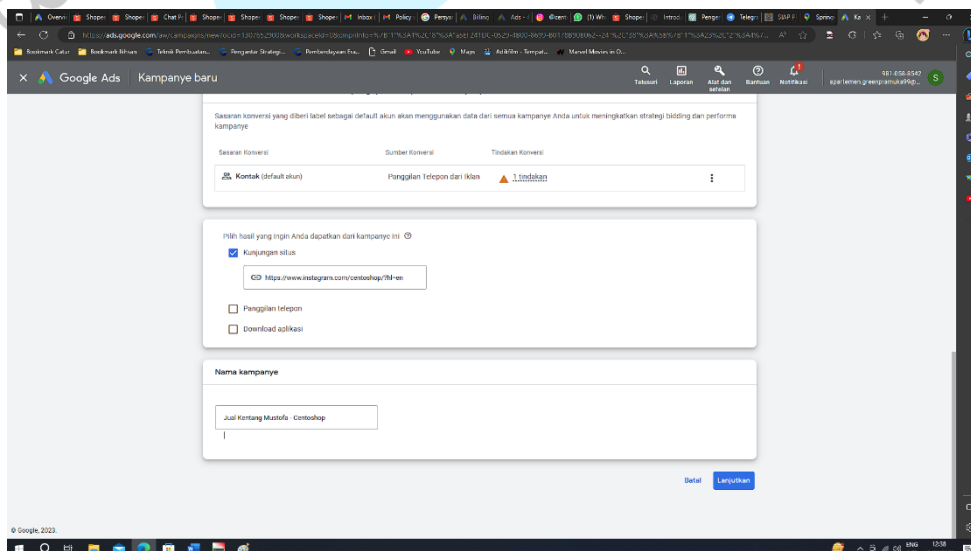
Gambar 3.24 Penentuan Kata Kunci

7. Buat Iklan: Buat iklan yang menarik dan relevan untuk setiap grup iklan. Pastikan untuk menulis judul yang menarik, deskripsi yang informatif, dan panggilan tindakan yang kuat untuk mendorong pengguna untuk mengklik iklan Anda.



Gambar 3.25 Pengisian Headline dan Description

8. Tentukan Halaman Tujuan: Tentukan halaman tujuan yang akan dikunjungi oleh pengguna setelah mereka mengklik iklan Anda. Pastikan halaman tujuan tersebut relevan dengan iklan dan memberikan pengalaman yang baik kepada pengguna.



Gambar 3.26 Penentuan Landing page dan nama iklan

3.2.6 Laporan Bisnis

Laporan bisnis yang dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari aplikasi shopee termasuk omset, penjualan dipotong pajak, beban iklan, beban operasional dan laba bersih

3.2.6.1 Laporan Bisnis Bulan Maret

Ringkasan Dana yang Dilepaskan		Jumlah (IDR)
Harga Produk yang Dibayar Pembeli Termasuk Diskon Penjual		40,031,300
Ongkir Dibayar Pembeli		1,954,000
Ongkir yang Diteruskan oleh Shopee ke Jasa Kirim		-10,566,500
Gratis Ongkir dari Shopee		8,612,500
Jumlah Pengembalian Dana ke Pembeli		-30,000
Biaya Administrasi		-1,785,540
Biaya Layanan		-2,160,061
Total Penghasilan		Rp36,056,699

Tanggal Dana Dilepaskan	Harga Produk yang Dibayar Pembeli Termasuk Diskon Penjual	Ongkir Dibayar Pembeli	Ongkir yang Diteruskan oleh Shopee ke Jasa Kirim	Gratis Ongkir dari Shopee	Jumlah Pengembalian Dana ke Pembeli	Biaya Administrasi	Biaya Layanan	Total Penghasilan (IDR)
2023/03/01	750,900	44,000	-200,000	156,000	0	-32,705	-40,547	677,648
2023/03/02	1,064,700	28,000	-218,000	190,000	-30,000	-45,350	-55,887	934,463
2023/03/03	780,950	54,500	-260,000	205,500	0	-35,375	-42,170	703,405
2023/03/04	599,300	12,000	-213,500	201,500	0	-26,209	-32,363	540,728
2023/03/05	916,700	59,500	-216,500	157,000	0	-38,712	-49,501	828,487
2023/03/06	1,024,150	107,500	-327,500	220,000	0	-46,106	-55,304	922,740
2023/03/07	617,300	34,000	-168,500	134,500	0	-28,803	-33,332	555,165
2023/03/08	591,600	52,000	-160,000	108,000	0	-26,931	-31,946	532,723
2023/03/09	661,200	35,000	-151,500	116,500	0	-30,517	-35,705	594,978
2023/03/10	1,031,900	26,500	-183,500	157,000	0	-44,161	-55,722	932,017
Total Penghasilan	40,031,300	1,954,000	-10,566,500	8,612,500	-30,000	-1,785,540	-2,160,061	Rp36,056,699

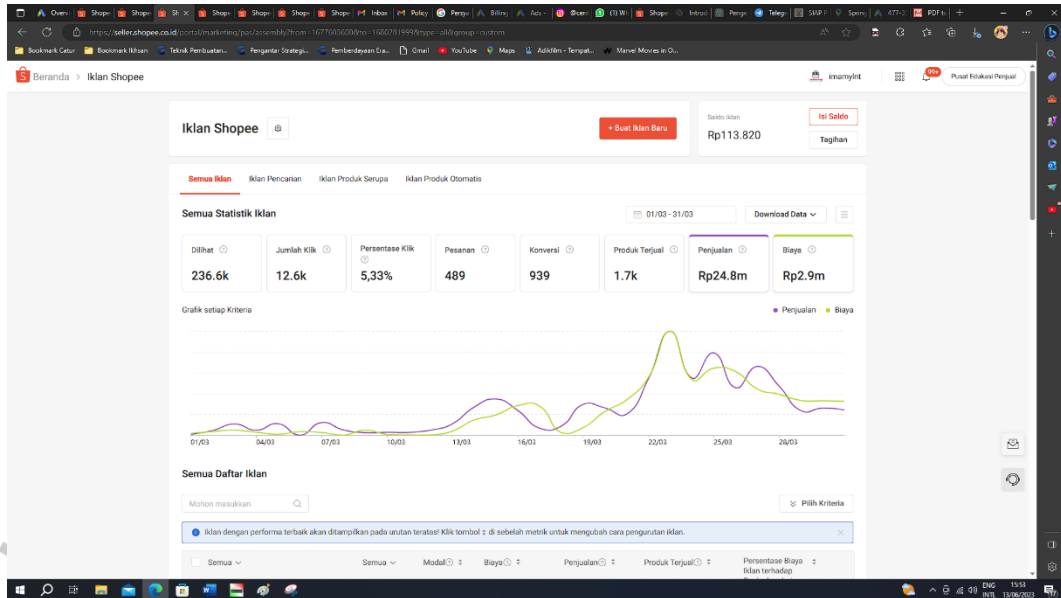
Gambar 3.27 Rincian Laba Kotor Harian Bulan Maret (1)

Rincian Dana Dilepaskan									
2023/03/11	622,300	33,000	-190,000	157,000	0	-27,717	-33,604	560,979	
2023/03/12	986,050	76,000	-148,500	72,500	0	-41,376	-53,247	891,427	
2023/03/13	916,400	36,000	-219,500	183,500	0	-41,245	-49,486	825,669	
2023/03/14	351,100	20,000	-112,000	92,000	0	-14,892	-18,959	317,249	
2023/03/15	739,400	42,500	-182,500	140,000	0	-33,437	-39,927	666,036	
2023/03/16	1,179,800	40,000	-271,000	231,000	0	-52,762	-63,709	1,063,329	
2023/03/17	1,439,400	35,000	-294,000	259,000	0	-65,666	-77,727	1,296,007	
2023/03/18	1,051,700	18,500	-235,000	216,500	0	-45,700	-56,791	949,209	
2023/03/19	1,209,000	71,500	-290,500	219,000	0	-54,933	-65,286	1,088,781	
2023/03/20	1,062,550	44,500	-299,500	255,000	0	-47,500	-57,377	957,673	
2023/03/21	844,000	33,500	-226,500	193,000	0	-37,234	-45,577	761,189	
2023/03/22	747,250	90,000	-221,000	131,000	0	-33,548	-40,351	673,351	
2023/03/23	1,059,550	87,000	-368,000	281,000	0	-47,671	-57,215	954,664	
2023/03/24	2,643,400	67,000	-690,000	623,000	0	-119,666	-142,741	2,380,993	
2023/03/25	2,013,650	80,500	-426,000	345,500	0	-90,697	-108,737	1,814,216	
2023/03/26	2,941,250	177,500	-898,000	720,500	0	-129,783	-158,825	2,652,642	
2023/03/27	3,417,050	118,500	-1,001,500	883,000	0	-153,608	-184,519	3,078,923	
2023/03/28	2,286,300	49,000	-514,000	465,000	0	-101,195	-123,459	2,061,646	
2023/03/29	2,073,300	183,000	-613,000	430,000	0	-90,980	-111,958	1,870,362	
2023/03/30	2,290,050	40,000	-650,000	610,000	0	-105,088	-123,660	2,061,302	
2023/03/31	2,119,100	158,000	-617,000	459,000	0	-95,973	-114,429	1,908,698	
Total Penghasilan	40.031,300	1,954,000	-10.566,500	8,612,500	-30,000	-1,785,540	-2,160,061	Rp36,056,699	

Kamu dapat menulis pertanyaanmu melalui <https://shp.ee/cuqmdre> dan Call Center 24 Jam di 02139500300 Senin s/d Minggu, termasuk Hari Libur Nasional

Gambar 3.28 Rincian Laba Kotor Harian Bulan Maret (2)

Labanya kotor centoshop.id pada bulan Maret 2023 sebesar Rp. 36.056.699, penghasilan ini belum dikurangi beban iklan dan beban operasional.



Gambar 3.29 Beban iklan bulan Maret 2023

Pada bulan Maret beban iklan sebesar Rp. 2.900.000 untuk keseluruhan iklan produk.

3.2.6.2 Rincian Laba Bersih bulan Maret 2023

Maret 2023	Pendapatan	Pengeluaran
Omset	36.056.699	
Beban Iklan		(2.900.000)
Beban COGS		(11.400.000)
Beban Operasional		(8.200.000)
	Labanya Bersih	13.556.699

Tabel 3.1 Pendapatan Bersih bulan Maret

Pada bulan Maret laba bersih centoshop sebesar 13.556.699 atau setara 37,60% laba bersih dari omset

3.2.6.3 Laporan Bisnis Bulan April

Ringkasan Dana yang Dilepaskan		Jumlah (IDR)
Harga Produk yang Dibayar Pembeli Termasuk Diskon Penjual		43.898.400
Ongkir Dibayar Pembeli		3.941.499
Ongkir yang Diteruskan oleh Shopee ke Jasa Kirim		-13.369.699
Gratis Ongkir dari Shopee		9.428.200
Voucher Ditanggung Penjual		-9.000
Biaya Administrasi		-1.972.128
Biaya Layanan		-2.370.012
Total Penghasilan		Rp39,547,260

Rincian Dana Dilepaskan								
Tanggal Dana Dilepaskan	Harga Produk yang Dibayar Pembeli Termasuk Diskon Penjual	Ongkir Dibayar Pembeli	Ongkir yang Diteruskan oleh Shopee ke Jasa Kirim	Gratis Ongkir dari Shopee	Voucher Ditanggung Penjual	Biaya Administrasi	Biaya Layanan	Total Penghasilan (IDR)
2023/04/01	2.510.450	81.000	-492.500	411.500	0	-110.655	-135.565	2.264.230
2023/04/02	2.028.550	73.000	-495.500	422.500	0	-91.004	-109.541	1.828.005
2023/04/03	2.130.450	99.500	-581.500	482.000	0	-93.043	-115.044	1.922.363
2023/04/04	1.502.350	81.500	-423.500	342.000	0	-67.134	-81.126	1.354.090
2023/04/05	1.308.550	62.000	-412.500	350.500	0	-58.074	-70.661	1.179.815
2023/04/06	1.607.800	110.500	-534.000	423.500	0	-70.725	-86.819	1.450.256
2023/04/07	1.561.750	28.000	-387.000	359.000	0	-71.206	-84.334	1.406.210
2023/04/08	1.328.550	223.999	-654.499	430.500	0	-58.172	-71.741	1.198.637
2023/04/09	892.800	78.000	-372.000	294.000	0	-40.422	-48.210	804.168
2023/04/10	1.182.000	72.500	-400.500	328.000	0	-51.844	-63.828	1.066.328
Total Penghasilan	43.898.400	3.941.499	-13.369.699	9.428.200	-9.000	-1.972.128	-2.370.012	Rp39,547,260

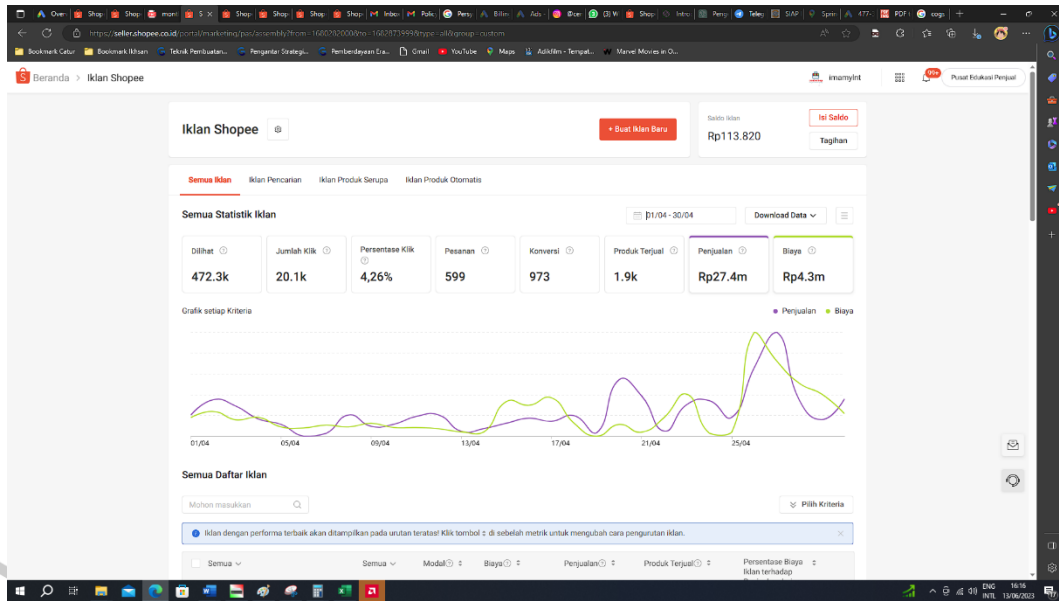
Gambar 3.30 Rincian Laba Kotor Harian Bulan April (1)

Rincian Dana Dilepaskan									
2023/04/11	1,228,100	52,500	-429,000	376,500	0	-52,963	-66,317	1,108,820	
2023/04/12	784,300	84,000	-264,500	180,500	0	-34,938	-42,352	707,010	
2023/04/13	476,450	96,000	-229,000	133,000	0	-21,973	-25,728	428,749	
2023/04/14	1,658,650	112,500	-477,500	365,000	0	-72,043	-89,567	1,497,040	
2023/04/15	1,452,150	125,500	-418,000	292,500	0	-66,152	-78,416	1,307,582	
2023/04/16	1,025,950	221,500	-439,000	217,500	0	-46,121	-55,401	924,428	
2023/04/17	1,305,400	145,000	-406,500	261,500	0	-59,255	-70,491	1,175,654	
2023/04/18	1,050,700	122,500	-356,000	233,500	0	-48,126	-56,737	945,837	
2023/04/19	490,200	24,000	-177,000	153,000	0	-22,760	-26,470	440,970	
2023/04/20	2,614,650	265,500	-620,500	355,000	-2,500	-118,514	-141,055	2,352,581	
2023/04/21	1,419,400	197,500	-452,500	255,000	0	-65,557	-76,648	1,277,195	
2023/04/22	578,450	105,000	-268,000	163,000	0	-26,278	-31,235	520,937	
2023/04/23	1,544,100	305,000	-482,000	177,000	-500	-70,311	-83,354	1,389,935	
2023/04/24	1,718,250	232,500	-519,200	286,700	-1,000	-79,243	-92,730	1,545,277	
2023/04/25	1,249,600	73,500	-325,000	251,500	-500	-55,700	-67,453	1,125,947	
2023/04/26	2,014,100	279,000	-765,500	486,500	-2,500	-91,048	-108,627	1,811,925	
2023/04/27	1,496,950	138,000	-418,500	280,500	-500	-68,242	-80,808	1,347,400	
2023/04/28	2,282,950	160,000	-600,000	440,000	-1,000	-102,638	-123,223	2,056,089	
2023/04/29	1,782,150	164,500	-543,500	379,000	0	-81,775	-96,235	1,604,140	
2023/04/30	1,672,650	127,500	-425,000	297,500	-500	-76,212	-90,296	1,505,642	
Total Penghasilan	43,898,400	3,941,499	-13,369,699	9,428,200	-9,000	-1,972,128	-2,370,012	Rp39,547,260	

Kamu dapat menulis pertanyaamu melalui <https://shp.ee/cuqmdre> dan Call Center 24 jam di 02139500300 Senin s/d Minggu, termasuk Hari Libur Nasional

Gambar 3.31 Rincian Laba Kotor Harian Bulan April (2)

Laba kotor centoshop.id pada bulan April 2023 sebesar Rp. 39.547.260, penghasilan ini belum dikurang beban iklan dan beban operasional.



Gambar 3.32 Beban iklan bulan April 2023

Pada bulan Maret beban iklan sebesar Rp. 4.300.000 untuk keseluruhan iklan produk.

3.2.6.4 Rincian Laba Bersih bulan April 2023

April 2023	Pendapatan	Pengeluaran
Omset	39.547.260	
Beban Iklan		(4.300.000)
Beban COGS		(12.600.000)
Beban Operasional		(8.200.000)
	Lab Bersih	13.556.699

Tabel 3.2 Pendapatan Bersih bulan April

Pada bulan Maret laba bersih centoshop sebesar Rp. 14.447.260 atau setara 36,53% laba bersih dari omset

3.2.6.5 Laporan Bisnis Bulan Mei

Ringkasan Dana yang Dilepaskan		Jumlah (IDR)
Harga Produk yang Dibayar Pembeli Termasuk Diskon Penjual		31,901,400
Ongkir Dibayar Pembeli		2,447,500
Ongkir yang Diteruskan oleh Shopee ke Jasa Kirim		-9,225,500
Gratis Ongkir dari Shopee		6,778,000
Jumlah Pengembalian Dana ke Pembeli		-176,362
Voucher Ditanggung Penjual		-20,000
Biaya Administrasi		-1,422,535
Biaya Layanan		-1,712,130
Total Penghasilan		Rp28,571,635

Rincian Dana Dilepaskan									
Tanggal Dana Dilepaskan	Harga Produk yang Dibayar Pembeli Termasuk Diskon Penjual	Ongkir Dibayar Pembeli	Ongkir yang Diteruskan oleh Shopee ke Jasa Kirim	Gratis Ongkir dari Shopee	Jumlah Pengembalian Dana ke Pembeli	Voucher Ditanggung Penjual	Biaya Administrasi	Biaya Layanan	Total Penghasilan (IDR)
2023/05/01	2,235,900	274,000	-640,500	366,500	0	-2,000	-103,244	-120,631	2,010,025
2023/05/02	2,118,450	185,000	-582,500	397,500	0	-1,500	-97,301	-114,313	1,905,336
2023/05/03	1,797,600	125,000	-463,000	338,000	-112,600	-500	-75,156	-90,962	1,518,382
2023/05/04	1,377,750	173,500	-513,500	340,000	0	-1,000	-63,030	-74,345	1,239,375
2023/05/05	1,885,350	107,500	-468,500	361,000	0	-1,500	-85,427	-101,728	1,696,695
2023/05/06	1,199,000	116,500	-440,500	324,000	-34,674	-1,000	-52,615	-62,855	1,048,530
2023/05/07	1,176,050	86,000	-266,000	180,000	0	-500	-53,715	-63,479	1,058,356
2023/05/08	1,326,100	129,500	-330,500	201,000	0	-500	-60,493	-71,582	1,193,525
2023/05/09	800,050	40,500	-299,500	259,000	0	0	-35,579	-43,204	721,267
Total Penghasilan	31,901,400	2,447,500	-9,225,500	6,778,000	-176,362	-20,000	-1,422,535	-1,712,130	Rp28,571,635

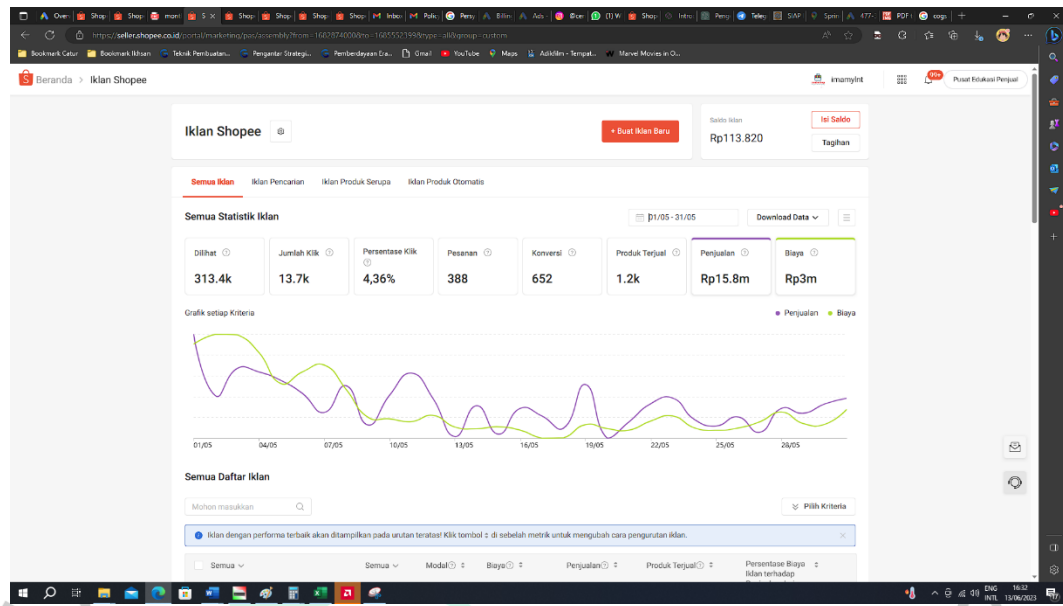
Gambar 3.33 Rincian Laba Kotor Harian Bulan Mei (1)

Rincian Dana Dilepaskan									
2023/05/10	886,800	16,000	-235,000	219,000	0	-1,000	-40,496	-47,833	797,471
2023/05/11	881,850	52,500	-287,000	234,500	0	-500	-39,678	-47,593	794,079
2023/05/12	1,182,950	106,500	-449,500	343,000	0	-500	-52,428	-63,852	1,066,170
2023/05/13	895,800	52,000	-271,500	219,500	0	0	-41,193	-48,372	806,235
2023/05/14	853,950	120,500	-288,500	168,000	0	-500	-38,783	-46,086	768,581
2023/05/15	1,069,600	142,000	-330,500	188,500	0	-500	-46,696	-57,732	964,672
2023/05/16	886,400	38,500	-214,500	176,000	0	0	-37,952	-47,864	800,584
2023/05/17	1,317,950	58,000	-216,000	158,000	0	-1,500	-55,159	-71,088	1,190,203
2023/05/18	647,550	27,000	-192,000	165,000	0	0	-28,965	-34,968	583,617
2023/05/19	856,750	45,000	-230,000	185,000	0	-1,000	-38,439	-46,210	771,101
2023/05/20	832,700	103,500	-311,000	207,500	0	-1,000	-35,818	-44,911	750,971
2023/05/21	342,900	14,500	-143,000	128,500	0	-500	-15,395	-18,489	308,516
2023/05/22	1,271,300	112,000	-329,000	217,000	0	-2,000	-55,918	-68,541	1,144,841
2023/05/23	403,000	24,500	-140,000	115,500	0	-500	-17,980	-21,737	362,783
2023/05/24	502,350	1,500	-135,500	134,000	0	0	-22,351	-27,126	452,873
2023/05/25	1,415,250	73,000	-227,000	154,000	0	-1,500	-63,053	-76,341	1,274,356
2023/05/26	637,650	30,000	-198,500	168,500	-29,088	0	-27,860	-32,894	548,396
2023/05/27	635,200	31,000	-175,000	144,000	0	0	-28,386	-34,301	572,513
2023/05/28	527,500	56,500	-223,500	167,000	0	0	-23,996	-28,485	475,019
2023/05/29	809,300	16,000	-203,500	187,500	0	-500	-33,610	-43,676	731,514
2023/05/30	596,600	52,000	-232,000	180,000	0	0	-27,173	-32,216	537,211
2023/05/31	531,800	37,500	-188,500	151,000	0	0	-24,646	-28,716	478,438
Total Penghasilan	31.901,400	2.447,500	-9.225,500	6.778,000	-176,362	-20,000	-1.422,535	-1.712,130	Rp28.571.635

Kamu dapat menulis pertanyaanmu melalui <https://shp.ee/cuqmdre> dan Call Center 24 jam di 02139500300 Senin s/d Minggu, termasuk Hari Libur Nasional

Gambar 3.34 Rincian Laba Kotor Harian Bulan Mei (2)

Labanya kotor centoshop.id pada bulan Mei 2023 sebesar Rp. 28.571.635, penghasilan ini belum dikurangi beban iklan dan beban operasional.



Gambar 3.35 Beban iklan bulan Mei 2023

Pada bulan Juni beban iklan sebesar Rp. 4.300.000 untuk keseluruhan iklan produk.

3.2.6.6 Rincian Laba Bersih bulan Mei 2023

Mei 2023	Pendapatan	Pengeluaran
Omset	28.571.635	
Beban Iklan		(3.000.000)
Beban COGS		(1.600.000)
Beban Operasional		(8.200.000)
	Lab Bersih	6.771.635

Tabel 3.3 Pendapatan Bersih bulan Mei

Pada bulan Mei laba bersih centoshop sebesar Rp. 6.771.635 atau setara 23,73% laba bersih dari omset

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam mengelola online shop Centoshop.id di platform e-commerce Shopee, tentu akan dihadapi beberapa kendala. Berikut adalah beberapa kendala yang mungkin dihadapi dan bagaimana menghadapinya:

1. Persaingan yang Ketat: Dalam industri e-commerce, persaingan antara toko online sangatlah tinggi. Anda mungkin akan bersaing dengan banyak toko online lain yang menawarkan produk serupa. Untuk menghadapi hal ini, penting untuk memiliki keunggulan kompetitif, baik dari segi harga, kualitas produk, pelayanan pelanggan, atau strategi pemasaran yang kreatif. Selain itu,

selalu monitor dan analisis pesaing untuk mengidentifikasi peluang dan membedakan diri.

2. **Pengelolaan Persediaan:** Mengelola persediaan produk bisa menjadi tantangan, terutama jika Anda memiliki banyak jenis produk dengan variasi yang berbeda. Pastikan Anda memiliki sistem yang baik untuk memantau stok produk dan melakukan perencanaan persediaan yang efisien. Gunakan alat bantu seperti sistem manajemen inventaris atau perangkat lunak yang dapat membantu mengatur dan melacak persediaan.
3. **Pengelolaan Pesanan:** Ketika jumlah pesanan meningkat, Anda mungkin menghadapi kesulitan dalam mengelola pesanan secara efisien. Pastikan Anda memiliki proses yang jelas dan terorganisir untuk penanganan pesanan, mulai dari penerimaan pesanan, verifikasi pembayaran, pengemasan, hingga pengiriman. Pertimbangkan untuk menggunakan sistem manajemen pesanan yang otomatis untuk membantu mengurangi beban kerja dan meningkatkan efisiensi.
4. **Pemasaran dan Promosi:** Mempromosikan dan memasarkan toko online Anda adalah hal yang penting untuk menarik pelanggan. Tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menjangkau target pasar yang tepat dan membedakan diri dari pesaing. Gunakan strategi pemasaran digital seperti iklan online, media sosial, dan optimasi SEO untuk meningkatkan visibilitas toko online Anda. Juga, pertimbangkan untuk menawarkan promosi khusus atau diskon untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
5. **Penanganan Keluhan Pelanggan:** Dalam menjalankan online shop, ada kemungkinan menerima keluhan atau masalah dari pelanggan. Penting untuk menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan secara profesional. Tetaplah responsif terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan melalui fitur komunikasi yang disediakan oleh platform Shopee. Berikan solusi yang memadai dan usahakan untuk mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan.
6. **Pengiriman dan Logistik:** Pengiriman produk kepada pelanggan juga dapat menjadi kendala, terutama jika Anda menghadapi masalah dalam proses pengiriman atau kerusakan barang saat dikirim. Pastikan Anda bekerja sama dengan penyedia layanan pengiriman yang dapat diandalkan dan memiliki sistem pelacakan yang baik. Selain itu, perhatikan juga kebijakan

pengembalian barang dan pertanggungjawaban atas kerusakan barang yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3.4 Mengatasi Kendala

Dalam menghadapi kendala-kendala tersebut, penting untuk selalu beradaptasi dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja toko online Centoshop.id. Beberapa langkah yang dapat diambil adalah:

1. **Terus Memantau dan Menganalisis Data:** Selalu perhatikan data penjualan, data pelanggan, dan umpan balik dari pelanggan. Analisis data tersebut akan memberikan wawasan berharga tentang tren penjualan, preferensi pelanggan, dan area perbaikan yang mungkin diperlukan. Dengan memahami data tersebut, Anda dapat mengambil keputusan yang lebih baik dalam pengembangan produk, strategi pemasaran, dan peningkatan layanan.
2. **Mengoptimalkan Pengalaman Pelanggan:** Pelanggan yang puas cenderung kembali dan merekomendasikan toko Anda kepada orang lain. Fokuslah pada meningkatkan pengalaman pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik, responsif terhadap pertanyaan atau keluhan, dan memastikan proses pembelian dan pengiriman berjalan lancar. Pertimbangkan untuk memberikan promo eksklusif atau program loyalitas pelanggan untuk meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan.
3. **Memperkuat Strategi Pemasaran:** Teruslah mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan kehadiran toko online Centoshop.id. Manfaatkan platform Shopee dan media sosial untuk mempromosikan produk, berinteraksi dengan calon pelanggan, dan membangun brand awareness. Pertimbangkan pula untuk beriklan online dan berpartisipasi dalam kampanye atau promosi yang diselenggarakan oleh Shopee.
4. **Meningkatkan Kualitas Produk dan Layanan:** Pastikan produk yang ditawarkan di Centoshop.id memiliki kualitas yang baik dan memenuhi harapan pelanggan. Jaga hubungan baik dengan pemasok dan pastikan persediaan produk selalu tersedia. Tingkatkan pula efisiensi dalam proses pengiriman, dengan memperhatikan kecepatan pengemasan dan keselamatan pengiriman.
5. **Belajar dari Kompetitor dan Industri:** Amati dan pelajari apa yang dilakukan oleh toko online pesaing dalam industri e-commerce. Identifikasi kekuatan dan

kelemahan mereka, dan cari peluang untuk membedakan diri Anda. Tetaplah terhubung dengan perkembangan terbaru dalam industri e-commerce, teknologi, dan tren konsumen untuk tetap relevan dan berinovasi.

Dalam menghadapi kendala-kendala tersebut, tetaplah berkomitmen, fleksibel, dan terus belajar. Pengelolaan online shop di platform e-commerce membutuhkan ketekunan, adaptabilitas, dan kemampuan untuk berinovasi agar dapat berhasil bersaing di pasar yang semakin ketat.

3.5 Pembelajaran yang Diperoleh

Dari pengalaman kerja profesi dalam mengelola online shop Centoshop.id di platform e-commerce Shopee, ada beberapa pembelajaran yang dapat diambil:

1. Penting untuk memiliki pemahaman yang baik tentang produk yang ditawarkan, termasuk pengaturan produk, pengembangan katalog, dan manajemen inventaris. Dalam hal ini, penting untuk memantau persediaan produk, menjaga kesesuaian harga dengan kondisi pasar, dan melakukan pengelolaan yang efisien untuk memastikan ketersediaan produk yang tepat dan sesuai permintaan pelanggan.
2. Strategi pemasaran online menjadi kunci untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan. Dalam mengelola online shop, penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, seperti memanfaatkan fitur-fitur promosi di platform Shopee, membangun brand awareness melalui media sosial, dan berinteraksi secara aktif dengan pelanggan potensial.
3. Manajemen pesanan dan pelayanan pelanggan merupakan aspek penting dalam menjalankan online shop. Dalam hal ini, penting untuk merespons pesanan dengan cepat, memastikan pengiriman tepat waktu, dan memberikan layanan pelanggan yang baik. Pemahaman tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan akan membantu meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.
4. Menganalisis data penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan keuntungan yang diperoleh adalah langkah penting dalam mengelola online shop. Dengan memahami data tersebut, Anda dapat mengidentifikasi tren, memperbaiki strategi, dan mengoptimalkan kinerja toko online. Menggunakan alat analisis yang tersedia dan membuat laporan yang teratur akan membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik.

5. Industri e-commerce terus berkembang dan berubah dengan cepat. Oleh karena itu, penting untuk tetap adaptif dan inovatif dalam menghadapi perubahan tren, teknologi, dan persaingan pasar. Selalu terbuka untuk belajar hal baru, mengeksplorasi ide-ide baru, dan mencoba pendekatan yang berbeda untuk meningkatkan kinerja toko online.

Pembelajaran-pembelajaran ini dapat menjadi bekal berharga dalam pengelolaan online shop di platform e-commerce, termasuk di Shopee. Dengan memahami dan menerapkan praktik terbaik dalam manajemen produk, pemasaran, pelayanan pelanggan, dan analisis data, Anda dapat meningkatkan kinerja dan keberhasilan toko online Anda.

