

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, kebutuhan akan produk kosmetik telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup banyak orang. Wulandari (2018) menyatakan bahwa penggunaan kosmetik merupakan suatu kebutuhan yang dapat dikelompokkan menjadi beberapa tingkatan prioritas, mulai dari kebutuhan primer (utama), pendukung (sekunder), hingga kebutuhan mewah (tersier). Dengan meningkatnya kebutuhan akan kosmetik dan barang-barang kecantikan, menyebabkan banyaknya industri kosmetik yang bermunculan di Indonesia. Persaingan di industri kosmetik pun semakin ketat, dengan banyak merek lokal dan internasional bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen. Sebagai salah satu perusahaan kosmetik yang ada di Indonesia, PT Vitapharm semakin menyadari pentingnya berbagai strategi promosi untuk memperkenalkan produk-produk mereka kepada konsumen potensial (Wulandari, 2017). Banyak kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh perusahaan ini seperti pemasangan iklan, pameran produk, maupun promosi digital melalui media sosial. Selain itu, salah satu strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat hubungan dengan pelanggan adalah melalui kegiatan kunjungan seperti pengadaan demo produk dan *beauty class* bagi organisasi ataupun lembaga yang membutuhkan. Kegiatan kunjungan tersebut yang menjadi salah satu strategi promosi untuk mengenalkan produk mereka ke masyarakat.

Unit Hubungan Konsumen di PT Vitapharm bertanggung jawab untuk menyusun dan melaksanakan berbagai kegiatan kunjungan. Kegiatan kunjungan ini telah rutin dilakukan hampir di seluruh wilayah Indonesia, seperti di kawasan Jabodetabek, Jawa Timur, Jawa Tengah, dan masih banyak lagi. Melalui acara tersebut, peserta dapat menambah wawasan melalui penjelasan maupun praktik secara langsung menggunakan produk-produk dari PT Vitapharm. Kegiatan semacam ini memberikan kesempatan bagi Unit Hubungan Konsumen untuk

secara langsung berinteraksi dengan pelanggan, menyampaikan informasi produk secara lebih mendalam, serta mendapatkan umpan balik langsung dari konsumen. Semua hal itu dapat dituangkan menjadi satu di dalam laporan kegiatan kunjungan. Namun dalam menyusun laporan kegiatan kunjungan, seringkali terjadi tantangan dalam mengumpulkan data seperti identitas penyelenggara, jumlah peserta, jenis kegiatan, dan lainnya, menganalisis informasi seperti tanggapan dan saran untuk bahan evaluasi, serta menyajikan hasil secara akurat dengan menggunakan aplikasi *Libre Office* secara *real-time*. Kendala ini terjadi karena pengisian laporan tersebut dilakukan secara manual oleh penyelenggara sehingga sering kali tulisan tangan tidak terbaca dan ada beberapa informasi tidak diisi oleh pihak penyelenggara. Tentunya masalah ini menurunkan tingkat akurasi pada data yang dimasukkan ke dalam aplikasi *Libre Office*.

Di lingkungan bisnis yang kompetitif seperti industri kosmetik, efisiensi waktu dan akurasi informasi merupakan hal yang sangat diutamakan. Perusahaan pada umumnya menggunakan berbagai aplikasi untuk mendukung proses memasukkan dan mengolah data. Pemikiran ini juga tak luput dari Unit Hubungan Konsumen PT Vitapharm yang ingin meningkatkan efisiensi dari pelaksanaan pengisian laporan kunjungan menggunakan teknologi informasi yang ada. Dari banyaknya aplikasi yang tersedia, aplikasi berbasis *cloud* seperti *Google Workspace* memberikan fleksibilitas yang tinggi sehingga mudah diakses tanpa batas ruang dan waktu serta dapat mengurangi beban biaya (Asqia, 2021). Oleh karena itu, penulis memilih judul “Penggunaan Aplikasi di *Google Workspace* dalam Penyusunan Laporan Kunjungan Unit Hubungan Konsumen PT Vitapharm.” Dengan menggunakan aplikasi yang disediakan oleh *Google Workspace* seperti *Google Form* dan *Google Sheet*, proses penyusunan laporan kunjungan dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat dibandingkan dengan metode manual atau penggunaan aplikasi terpisah. *Google Form* sebagai alat untuk membuat formulir survei atau formulir kunjungan dapat digunakan untuk mengumpulkan data kunjungan secara langsung dari lapangan. Sementara itu, *Google Sheet* menjadi *platform* yang ideal untuk mengorganisir dan menganalisis data yang terkumpul secara terstruktur. Aplikasi berbasis *cloud* memiliki

kelebihan yang utama dibanding aplikasi lainnya yaitu kerja kolaboratif dan *real time*. Aplikasi *Google Workspace* juga mudah dipelajari dan diakses lewat manapun dengan syarat mempunyai akun *Google*, sehingga dapat memudahkan pengguna untuk menggunakan aplikasi tanpa proses belajar yang lama (Yazid, 2022). PT Vitapharm dapat memanfaatkan *Google Workspace* secara efektif dalam penyusunan laporan kunjungan kegiatan yang dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan strategi promosi mereka, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Membangun citra positif perusahaan merupakan aspek penting dalam merancang strategi promosi, keinginan ini dapat diwujudkan dengan penggunaan teknologi *Google Workspace* yang sesuai agar promosi yang dilakukan dapat tepat sasaran dan membangun hubungan yang baik dengan *target audience* (EIKON Technology, 2021).

1.2 Ruang Lingkup

Laporan Tugas Akhir ini membahas tentang penggunaan aplikasi *Google Workspace*, yaitu *Google Form* dan *Google Sheet* untuk membuat laporan kunjungan.

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Laporan Tugas Akhir ini adalah untuk menyajikan mekanisme pembuatan dan pengisian laporan kunjungan oleh Unit Hubungan Konsumen PT Vitapharm dengan menggunakan aplikasi di *Google Workspace*.

1.4 Manfaat Tugas Akhir

Penulisan Laporan Tugas akhir ini memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat, baik dari sisi penulis, perusahaan tempat PKL yaitu PT Vitapharm, dan juga bagi Prodi Administrasi Perkantoran. Bagi penulis, laporan ini bermanfaat untuk mengembangkan keterampilan dalam menggunakan teknologi

informasi yang sangat penting di dunia kerja saat ini. Bagi perusahaan, Laporan Tugas Akhir ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengaplikasikan penggunaan teknologi informasi dalam pelaporan kunjungan. Bagi Prodi Administrasi Perkantoran, laporan ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan relevansi kurikulum dengan kebutuhan perusahaan terhadap penggunaan teknologi informasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Laporan Tugas Akhir ini terdiri dari lima bab yang dapat dijabarkan sebagai berikut.

Bab I menyajikan Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang pemilihan topik, ruang lingkup, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

Bab II berisi Tinjauan Pustaka yang menjabarkan teori-teori yang menjadi dasar dalam pembahasan seperti pengertian *Google Workspace*, aplikasi, *Google Form*, pengertian *Google Sheet*, *dashboard*, fungsi *slicer*, berbagai jenis kegiatan promosi, konsumen, dan laporan kegiatan kunjungan.

Bab III adalah Gambaran Umum yang menjelaskan tentang gambaran umum PT Vitapharm sebagai perusahaan tempat PKL serta uraian kegiatan PKL yang telah dilaksanakan.

Bab IV merupakan Pembahasan yang berisi mengenai pembuatan laporan kunjungan oleh Unit Hubungan Konsumen PT Vitapharm dengan menggunakan aplikasi *Google Form* dan *Google Sheet*.

Bab V memuat Kesimpulan dan Saran mengenai proses pelaporan kunjungan dan penggunaan teknologi informasi yang sudah dibahas di bab sebelumnya.