

## RINGKASAN

**Strategi Pemasaran *Digital* Produk Zoya Melalui *Marketplace* Shopee Pada PT. Shafira Corporation.** Vannesa Eka Putri, NIM D43211215, 43 Halaman, Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Jember, Ratih Puspitorini Yekti A. S.E., M.M.

Politeknik Negeri Jember merupakan salah satu kampus dengan sistem pendidikan yang baik. Kegiatan magang di PT. Shafira Corporation bertujuan mengintegrasikan teori dan praktik, meningkatkan keterampilan, serta memberi pemahaman pada mahasiswa terhadap kegiatan di dunia kerja. PT. Shafira Corporation merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri *fashion* dan *retail* dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada yaitu *marketplace* shopee.

Strategi pemasaran *digital* di PT. Shafira Corporation dilakukan dengan menggunakan *platform* shopee sehingga bisa berinteraksi dengan pelanggan secara efisien dan membangun hubungan yang berskala panjang dengan jangkauan yang lebih luas. Dengan Strategi pemasaran *digital* dilakukan dengan cara promosi melalui *platform shopee*. Permasalahan pada PT. Shafira Corporation produk Zoya terkait dengan strategi pemasaran *digital* yaitu kurangnya konsentrasi para karyawan pada saat bekerja, kurangnya menguasai analisa pasar dimana ketika karyawan tidak mampu mengidentifikasi tren, tidak konsistennya update terhadap *marketplace*, dan penambahan stok produk yang terlalu lama. Solusi permasalahan yang ada di PT. Shafira Corporation dapat dilakukan dengan cara menciptakan lingkungan kerja yang tenang, menyediakan pelatihan khusus tentang identifikasi pasar, membuat jadwal secara rutin dan memiliki beberapa pemasok cadangan.