

RINGKASAN

Pemanfaatan *Marketplace* Tokopedia TikTok pada Penjualan Produk Zoya di PT Shafira Corporation, Aida Khoirotun Nisa, NIM. D43222273, Tahun 2026, 67 Halaman, Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Jember, Dr. Ardhitya Alam Wiguna, S.E., M.M. (Dosen Pendamping) dan Anisa Andiani Gumelar, S.I.Kom (Pembimbing Lapangan).

Politeknik Negeri Jember sebagai perguruan tinggi vokasi menyeimbangkan antara teori dan praktik melalui kegiatan magang yang menjadi bagian kurikulum dan syarat kelulusan Program Studi D-IV Manajemen Pemasaran Internasional. Program dirancang untuk dilaksanakan selama satu semester atau sekitar enam bulan dengan total 900 jam. Magang di PT Shafira Corporation menjadi kesempatan langsung untuk memahami penerapan strategi penjualan berbasis *marketplace*, seperti Tokopedia TikTok untuk produk Zoya.

PT Shafira Corporation (Shafco) bergerak di bidang industri fesyen muslim dengan fokus utama pada desain, produksi, dan pemasaran busana Islami modern melalui brand Shafira dan Zoya. Perusahaan memanfaatkan platform digital seperti Shopee, Tokopedia dan TikTok Shop, untuk mendistribusikan produk unggulan berupa hijab motif, tunik, gamis, baju koko, dan mukenah. Dengan lokasi di Jl. Sulanjana No. 28, Tamansari, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat.

Kegiatan magang bertujuan memahami strategi pemasaran digital perusahaan melalui *marketplace* serta mengidentifikasi efektivitas dan kendala dalam optimalisasi penjualan *online*. Aktivitas selama magang meliputi, pembuatan konten promosi, pelayanan pelanggan, dan partisipasi dalam peluncuran produk baru. Hasilnya menunjukkan bahwa pemanfaatan *marketplace*, seperti Tokopedia dan TikTok Shop berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan *brand awareness* Zoya, meski efektivitas promosi masih dipengaruhi oleh konsistensi pembaruan konten, sinkronisasi stok, dan pengelolaan interaksi pelanggan secara digital.