

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam pola kerja dan sistem industri di Indonesia. Dunia usaha tidak lagi hanya menuntut tenaga kerja yang memahami teori, tetapi juga membutuhkan sumber daya manusia yang mampu beradaptasi, menguasai keterampilan praktis, serta memahami dinamika kerja berbasis teknologi.

Politeknik Negeri Jember sebagai perguruan tinggi vokasi menyeimbangkan antara teori dan praktik, sehingga mahasiswa tidak hanya memahami konsep secara akademis, tetapi juga mampu menerapkannya di dunia industri. Salah satu kegiatan penting dalam menunjang hal tersebut adalah kegiatan magang, yang menjadi bagian dari kurikulum dan syarat kelulusan bagi mahasiswa Program Studi D-IV Manajemen Pemasaran Internasional.

Program magang ini dirancang selama satu semester dengan penempatan di perusahaan yang selaras dengan bidang studi. Kegiatan dilaksanakan selama 900 jam atau setara dengan 20 SKS atau sekitar enam bulan, yang terbagi dengan 50 jam pembekalan awal, 800 jam pelaksanaan di lokasi magang, serta 50 jam akhir untuk konsultasi laporan, ujian, dan revisi.

Pasar modest fashion nasional di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, terutama dalam muslim fashion. Faktor utama pertumbuhan ini adalah mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan kreativitas desainer yang mengikuti tren modern sekaligus sesuai syariat. Proyeksi industri fesyen lokal menunjukkan pertumbuhan sekitar 4,26% per tahun hingga 2029, didukung oleh kemajuan teknologi digital yang memudahkan proses berbelanja.

PT Shafira *Corporation*, melalui brand unggulannya yaitu Zoya, menjadi salah satu industri busana muslim di Indonesia yang terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Pemanfaatan *marketplace* Tokopedia dan platform TikTok menjadi langkah perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan *brand awareness*, serta mendorong penjualan produk secara digital. Pemanfaatan kedua platform tersebut menjadi upaya perusahaan dalam

menyesuaikan diri dengan tren belanja digital masa kini dan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform *online*.

Pelaksanaan magang di PT Shafira *Corporation* menjadi kesempatan bagi mahasiswa untuk langsung memahami penerapan strategi penjualan berbasis *marketplace* digital melalui penggunaan Tokopedia dan TikTok untuk produk Zoya. Oleh karena itu, laporan magang ini disusun dengan judul “Pemanfaatan *Marketplace* Tokopedia TikTok pada Penjualan Produk Zoya di PT Shafira *Corporation*” dengan tujuan untuk mengetahui efektivitas strategi pemasaran digital yang diterapkan dan sebagai bentuk dokumentasi atas pengalaman kerja praktik yang diperoleh selama pelaksanaan magang.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum Magang

- a. Memberikan pengalaman kerja langsung bagi mahasiswa agar dapat memahami penerapan ilmu yang diperoleh di perkuliahan dalam dunia kerja secara nyata.
- b. Melatih kemampuan interaksi serta komunikasi secara profesional, termasuk pemahaman etika, budaya kerja, dan sistem kerja yang berlaku di lingkungan perusahaan.
- c. Mengembangkan kompetensi sesuai bidang keahlian melalui keterlibatan nyata dalam pemasaran digital, sebagai bekal menghadapi dunia kerja.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

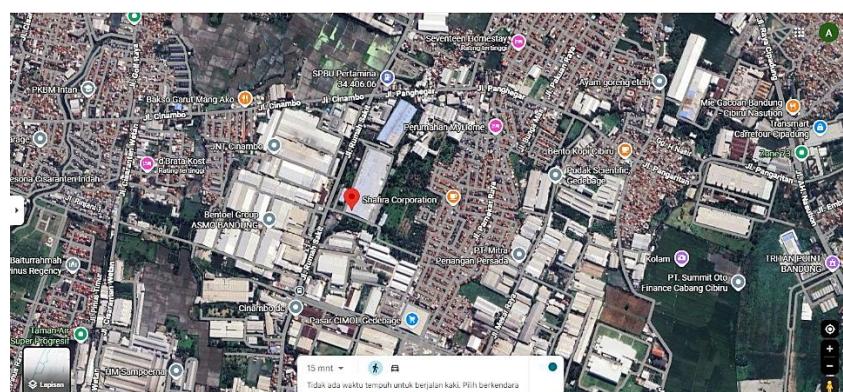
- a. Memahami tata cara kerja industri fesyen, termasuk alur operasional, sistem kerja, dan proses pemasaran digital.
- b. Mengolah serta menginput data penjualan dan aktivitas *marketplace* secara akurat serta sistematis sesuai standar perusahaan.
- c. Memberikan pelayanan kepada konsumen secara optimal serta dukungan bagi *content creator* di media sosial untuk strategi pemasaran digital.
- d. Mengoptimalkan penggunaan berbagai fitur platform *marketplace*, seperti Tokopedia dan TikTok, untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan.

1.2.3 Manfaat Magang

- a. Memperoleh peningkatan keterampilan secara *hard skill*, khususnya dalam pengolahan dan analisis data menggunakan *software Microsoft Excel*.
- b. Membentuk sikap disiplin dan tanggung jawab dalam menyelesaikan tugas serta pekerjaan sesuai dengan standar peraturan dan target perusahaan.
- c. Memperoleh hubungan kerja yang baik dengan karyawan perusahaan, sehingga tercipta kerja sama yang positif dan mendukung proses pembelajaran di dunia kerja.
- d. Memperoleh pengalaman dalam menghadapi masalah saat bekerja, sehingga melatih pengambilan keputusan yang tepat dan bertanggung jawab sesuai kondisi lapangan.
- e. Meningkatkan kemampuan *public speaking* serta komunikasi, dalam pelayanan pelanggan dan pembuatan konten media sosial yang menarik.

1.3 Lokasi dan Waktu

Kegiatan magang dilaksanakan di PT Shafira *Corporation* yang berlokasi di Jl. Sulanjana No. 28, Tamansari, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat. Pelaksanaan magang dimulai dari tanggal 1 Juli – 28 November 2025, dengan total waktu pelaksanaan 800 jam. Dengan jadwal kerja perusahaan adalah Senin – Jumat, dimulai pada pukul 08.30 – 17.30 WIB.



Gambar 1. 1 Lokasi PT Shafira *Corporation*

(Sumber: Google Maps, 2026)

1.4 Metode Pelaksanaan

a. Praktik Lapangan

Mahasiswa terlibat secara langsung dalam berbagai kegiatan operasional perusahaan dengan arahan dari pembimbing lapangan, khususnya dalam penggunaan platform *marketplace* untuk memasarkan produk Zoya secara *online* serta dalam penerapan tata cara pelayanan pelanggan yang tepat dan profesional.

b. Observasi

Mahasiswa melakukan pengamatan terhadap seluruh kegiatan magang berdasarkan data yang diperoleh, termasuk data penjualan, keluhan (*complain*) dari *customer*, serta observasi mendalam mengenai *product knowledge* guna memahami karakteristik dan keunggulan produk Zoya.

c. Dokumentasi

Kegiatan pengumpulan, penyimpanan, dan pengelolaan berbagai informasi, baik dalam bentuk tertulis maupun digital, yang berkaitan dengan kegiatan selama magang di PT Shafira *Corporation*. Seluruh data dan dokumen yang diperoleh digunakan sebagai bahan pendukung dalam penyusunan laporan akhir magang.