

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latarbelakang

Program pelaksanaan magang merupakan salah satu bentuk kegiatan pendidikan dan pelatihan yang dilakukan secara langsung di dunia kerja dengan tujuan memberikan pengalaman praktik yang sistematis dan terarah kepada mahasiswa. Melalui kegiatan magang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengasah keterampilan, memperluas wawasan, dan tidak hanya memperoleh pengetahuan teori perkuliahan, tetapi juga dapat menerapkan ilmu tersebut dalam lingkungan kerja yang sesungguhnya. Hal ini penting untuk mempersiapkan tenaga kerja yang profesional dan mampu bersaing di dunia industri.

Politeknik Negeri Jember (Polije) merupakan perguruan tinggi negeri yang memberikan pendidikan vokasi yang menekankan pembelajaran berbasis kompetensi dengan pendekatan praktik yang kuat. Dengan sistem pembelajaran yang menggabungkan praktikum atau pengalaman langsung di lapangan dengan proporsi sekitar 60% dan presentasi teori 40%. Sebagai bagian dari kurikulum kegiatan magang wajib diikuti oleh mahasiswa sebagai salah satu persyaratan utama dalam menyelesaikan studi sarjana terapan (D-4). Program magang ini ditempuh di semester 7 dengan bobot 20 sks (900 jam) atau 6 bulan kerja dengan pembagian sebagai berikut, 50 jam awal ada kegiatan pembekalan magang, 800 jam kegiatan di tempat magang, dan 50 jam akhir terdiri dari kegiatan konsultasi laporan magang, ujian, dan revisi.

Pelaksanaan kegiatan magang dalam penelitian ini dilakukan di PT Shafira Corporation Kota Bandung yang dilaksanakan selama ± 5 bulan. Dengan demikian, ditetapkan objek yang akan dibahas mengenai “Analisis Peran Customer Service dalam Mendukung Operasi Digital Sales Marketplace Shopee Zoya di PT Shafira Corporation” dilaksanakan untuk memahami secara langsung kontribusi customer service dalam menunjang penjualan digital di tengah pesatnya perkembangan dunia fashion saat ini. Seiring meningkatnya tren belanja online dan persaingan industri fashion yang semakin ketat, customer service memiliki

peran strategis dalam menjaga kepuasan pelanggan, memberikan informasi produk secara akurat, serta menangani keluhan dengan cepat dan profesional melalui platform marketplace seperti Shopee. Melalui kegiatan magang ini, penulis memperoleh pengalaman praktik mengenai bagaimana customer service beradaptasi dengan teknologi digital, memahami perilaku konsumen modern, serta mendukung citra merek Zoya agar tetap relevan dan kompetitif dalam menghadapi dinamika industri fashion yang terus berkembang.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum Kegiatan Magang

- a. Memberikan pengalaman praktik dalam bidang pekerjaan terkait, sehingga mahasiswa mampu menerapkan pengetahuan teori yang telah dipelajari di perguruan tinggi ke dalam lingkungan kerja
- b. Mengembangkan keterampilan profesional dalam meningkatkan kompetensi diri dalam menghadapi tuntutan dunia industri
- c. Memahami proses operasional perusahaan secara menyeluruh memberikan, guna memberikan wawasan tentang dinamika organisasi
- d. Mempersiapkan mahasiswa magang agar memiliki kompetensi dan kesiapan kerja yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja

1.2.2 Tujuan Khusus Kegiatan Magang

- a. Memahami pelaksanaan kegiatan magang secara keseluruhan di lingkungan digital sales marketplace
- b. Mempelajari dan memahami alur kerja customer service dalam menangani pertanyaan, pesanan, dan keluhan pelanggan pada marketplace Shopee Zoya
- c. Menguasai teknik komunikasi yang efektif dan sopan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan secara online
- d. Menganalisis prosedur penanganan keluhan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan

- e. Mempelajadi pengelolaan rating dan ulasan pelanggan guna mendukung reputasi penjualan
- f. Menganalisis peran strategis customer service dalam mendukung penjualan digital pada marketplace shopee

1.2.3 Manfaat Kegiatan Magang

- a. Memberikan pengalaman kerja nyata kepada peserta magang sehingga mampu mengaplikasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik di dunia kerja.
- b. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta magang dalam bidang customer service, khususnya dalam mendukung operasional penjualan digital melalui marketplace.
- c. Melatih kemampuan komunikasi, kerja sama tim, serta sikap profesional dalam menghadapi pelanggan dan lingkungan kerja yang dinamis.
- d. Menambah wawasan peserta magang mengenai sistem kerja, budaya perusahaan, serta perkembangan industri fashion yang berbasis digital.
- e. Menjadi sarana pembentukan kesiapan kerja dan peningkatan daya saing peserta magang dalam menghadapi tuntutan dunia kerja setelah menyelesaikan pendidikan.

1.3 Lokasi dan Waktu Kegiatan

Kegiatan magang ini berlokasi di kantor pusat PT Shafira Corporation, beralamat di Jalan Sulanjana, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat. Pelaksanaan magang berlangsung selama 5 bulan, terhitung sejak 1 Juli 2025 hingga 28 November 2025. Adapun hari kerja di PT Shafira Corporation berlangsung dari senin sampai dengan Jum'at. Pada hari Senin hingga Kamis, jam kerja dijalankan selama 8 jam dengan waktu istirahat 1 jam, sedangkan pada hari Jum'at jam kerja tetap 8 jam dengan durasi istirahat selama 1 jam 15 menit.

1.4 Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan magang di PT Shafira Corporation adalah sebagai berikut :

a. Praktik Lapang

Pada metode ini mahasiswa melaksanakan seluruh aktivitas magang secara langsung dengan bimbingan dan arahan dari pembimbing lapang di PT Shafira Corporation

b. Wawancara

Pada metode ini mahasiswa melakukan kegiatan wawancara atau tanya jawab secara langsung bersama dengan karyawan, pembimbing lapang, dan HRD (*Human Resourch Development*) di PT Shafira Corporation untuk mengetahui informasi mengenai kegiatan *sales online* dan data *Profile Company*

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilaksanakan dengan melakukan pengambilan gambar selama rangkaian kegiatan, mengumpulkan data dalam bentuk tulisan maupun angka, serta menghimpun informasi terkait lokasi, struktur organisasi, ketenagakerjaan, dan kegiatan yang berkaitan dengan *sales online* di PT Shafira Corporation.

d. Studi Literatur

Mahasiswa melakukan pengumpulan data dan informasi dari beragam sumber dan literatur, baik yang berasal dari perusahaan maupun dari luar perusahaan, berupa teori-teori yang mendukung proses penyusunan laporan magang.