

**LAPORAN HASIL MAGANG**  
**MERDEKA BELAJAR – KAMPUS MERDEKA**  
**PENGGUNAAN MARKETPLACE DAN MEDIA SOSIAL PADA**  
**CLOTHING BRAND PT.ACOSYS GLOBAL DATA**



**DISUSUN OLEH:**  
**MUTIARA ASRI RAMADHANTI (1812110471)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN HASIL MAGANG**  
**MERDEKA BELAJAR – KAMPUS MERDEKA**  
**PENGGUNAAN MARKETPLACE DAN MEDIA SOSIAL PADA**  
**CLOTHING BRAND PT.ACOSYS GLOBA DATA**


Oleh: Mutiara Asri Ramadhanti - 1812110471

Telah memenuhi syarat untuk diterima


Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Mentor Lapangan



Novita Sari, S.Sos.,M.M  
NIK.01071104



Fatimah Azzahra, S.M

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Anggalia Wibasuri, M.M.  
NIK.11310809

## RIWAYAT HIDUP

Nama :Mutiara Asri Ramadhanti

Tempat, Tanggal Lahir :Masgar, 28 Desember 1998

NPM : 1812110471

Jurusan : Manajemen

Semester : VI ( Genap)

Tahun Ajaran : 2020/2021

Jenis Kelamin :Perempuan

Tinggi Badan :161

Agama :Islam

Alamat :Dsn.Peninjauan Rt/Rw 018/009, Kel.Bumi Agung,  
Kec.Tegineneng, Kab.Pesawaran, Lampung

Suku : Jawa

Kewarganegaraan : Indonesia

Phone :08993027916

Email :mutiararamadhanti19@gmail.com

## RINGKASAN

PT.Acosys Global Data adalah perusahaan Nasional berbasis teknologi yang berpusat di Kota Bandar Lampung, Lampung, Indonesia pada tahun 2001. PT.Acosys Global Data mendirikan unit usaha baru yaitu *clothing brand* yang di mulai pada tahun 2015 yang berada pada divisi Global Media. Global Media mampu memproduksi dalam skala kecil, menengah dan besar. Seperti pembuatan kaos, almamater, sweater, jaket dan produk konveksi lainnya. Selain itu mereka juga menyediakan jasa sablon dan bordir dengan berbagai jenis model seperti rubber, plastisol, superwhite, rib, sublim, printing dan polyflex. Global Media menyediakan percetakan seperti brosur, buku, kalender, pamflet, kartu nama, stiker, dan lain-lain. mereka juga menyediakan souvenir seperti mug, payung, jam, pulpen, gantungan kunci, goodie bag, tote bag, dll.

Dalam perkembangannya PT.Acosys Global Data mulai menjajahkan bisnisnya dalam dunia bisnis digital marketing yang memiliki potensi yang menjanjikan dalam bisnis. *Digital Marketing* sendiri merupakan suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti yang kita tahu, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama dalam dunia bisnis.

## PRAKATA

Segala puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, berkah, dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Magang ini dengan sebaik-baiknya. Saya menyadari bahwa dalam melakukan penyusunan laporan ini tidak lepas dari bantuan semua pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini saya menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada hamba-Nya dalam mengerjakan Laporan Magang ini hingga akhir.
2. Ibu Dr. Anggalia Wibasuri, M.M., Selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Ibu Novita Sari, S.Sos.,M.M., Selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu membimbing dan mengarahkan serta memberikan saran sehingga laporan ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Ibu Fatimah Azzahra, S.M., dan staf PT.Acosys Global Data yang telah banyak sekali membantu dan memberikan banyak pengalaman.
5. Orangtua dan keluarga yang tiada hentinya memberikan memotivasi dan terus memberikan dukungan serta doanya. serta Semua Pihak yang telah memberikan bantuan, kritik, dan saran sehingga saya dapat lebih mudah dalam menyusun laporan magang ini dengan baik.

Bandar Lampung, 29 September 2021

Penulis,

Mutiara Asri Ramadhanti  
NPM. 1812110471

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL LAPORAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>iii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan.....	4
1.3 Manfaat .....	5
1.4 Ruang Lingkup.....	5
1.5 Waktu dan Tempat Pelaksanaan .....	5
<b>BAB II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>6</b>
2.1. Sejarah Perusahaan.....	6
2.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	7
2.3. Bidang Usaha/ Kegiatan Uama Perusahaan .....	8
2.4. Struktur Organisasi.....	12
<b>BAB III HASIL KEGIATAN.....</b>	<b>13</b>
3.1 Kegiatan Magang .....	13
3.2 Permasalahan/Program Magang .....	13
3.2.1 Perencanaan Program/Temuan Masalah.....	13
3.2.2 Kerangka Pelaksanaan/Pemecahan Masalah .....	14
3.2.3 Pelaksanaan Program .....	15
3.2.4 Evaluasi Pelaksanaan Program .....	17
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>19</b>
4.1 Landasan Teori.....	19
4.2 Analisis.....	21
4.2.1 Program .....	21
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>24</b>
5.1 Simpulan .....	24
5.2 Saran.....	24
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>28</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>29</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik jumlah pengguna media sosia di Indonesia. ....	2
Gambar 1.2 Grafik media sosial yang paling banyak di gunakan oleh masyarakat Indonesia. ....	3
Gambar 2.1 Logo perusahaan .....	6
Gambar 2.3.1 Unit usaha PT.Acosys Global Data pada bidang keuangan .....	8
Gambar 2.3.2 Unit usaha PT. Acosys Global Data pada bidang konveksi .....	9
Gambar 2.3.3 Unit usaha PT.Acosys Global pada bidang jam digital .....	9
Gambar 2.3.4 Unit usaha pbline shop untuk seluruh devisi PT.Acosys Global Data .....	10
Gambar 2.3.5 Menunjukan tampilan dari webacosys .....	11
Gambar 2.3.6 Tampilan dari aplikasi wadmin yang di gunakan untuk menunjang .berbagai kegiatan secara <i>online</i> .....	11

Gambar 3.3.1 Kegiatan pembahasan mengenai penggunaan marketplace dan media sosial.....	15
Gambar 3.3.2 Tampilan beranda shopee.....	16
Gambar 3.3.3 Tampilan beranda tokopedia.....	16
Gambar 3.3.4 Tampilan beranda media sosial instagram.....	17
Gambar 4.2.1 Menunjukkan tingkat dan pesana produk pada bulan Mei.....	21
Gambar 4.2.2 Menunjukkan garfik pengunjung dan total penjualan pada bulan Mei.....	22
Gambar 4.2.3 Perbandingan antara <i>customer</i> baru dan lama selama bulan Mei.....	22
Gambar 4.2.4 Menunjukkan tingkat dan pesana produk pada bulan Agustus.....	23
Gambar 4.2.5 Menunjukkan garfik pengunjung dan total penjualan pada bulan Agustus.....	23
Gambar 4.2.6 Perbandingan antara costumer baru dan lama selama bulan	



Agustus.....	24
Gambar 4.2.7 Tampilan fitur reels instagram yang di gunakan .....	24
Gambar 4.2.8 Tampilan beranda instagram .....	24
Gambar 4.2.9 Grafik jangkauan konsumen.....	25

## DAFTAR TABEL

Table 1 Kegiatan selama Program Magang Independen.....	29
--	----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi dimasa 5.0 saat ini sangatlah berpengaruh pada tingkat perekonomian, terlebih lagi dalam bisnis *digital marketing*. Berbagai bisnis pada masa 5.0 dimudahkan dengan cepatnya perkembangan di dalam dunia bisnis *digital marketing*, salah satunya yaitu terciptanya berbagai situs *marketpalce* dan platfrom media sosial yang dapat mepermudah bisnis untuk terus bersaing secara kompetitif dalam dunia bisnis.

Dalam perkembanganya PT.Acosys Global Data mulai menjajahkan bisnis *clothing brand*-nya dalam dunia bisnis *digital marketing* yang memiliki potensi yang menjanjikan dalam bisnis. PT.Acosys Global Data sendiri adalah salah satu produsen *clothing brand* terkemuka di Lampung. Bisnis *clothing brand* merupakan salah satu jenis usaha yang cukup populer di indonesia dan hampir terdapat di berbagai Provinsi di Indonesia. Pangsa pasar yang jelas dan besar membuat banyak orang mendapatkan potensi bisnis *clothing brand* yang menjanjikan. *Clothing brand* sendiri merupakan bisnis yang mengacu pada usaha untuk menciptakan sebhuh *brand fashion* yang memproduksi desain *fashion* sendiri.

PT.Acosys Global Data sendiri terus meningkatkan penjualan di dalam dunia *bisnis clothing* dengan memanfaatkan dan mengoptimalkan berbagai



Dan Berdasarkan medis sosial yang paling banyak digunakan, secara berurutan posisi pertama adalah YouTube, WhatsApp, Instagram, Facebook, lalu Twitter.



Gambar 1.2

Dari data di atas kita dapat melihat bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana promosi. bahkan hampir seluruh perusahaan perusahaan besar memiliki akun media sosial mereka masing-masing sebagai sarana promosi. Kemajuan teknologi yang sangat pesat, khususnya internet telah merubah cara orang untuk saling berkomunikasi satu sama lain, komunikasi *one to many* menjadi *many to many* sangatlah berkembang pada era media saat ini, hal itu lah yang menjadi dasar mengapa di masa sekarang media sosial menjadi sarana promosi yang diperhitungkan.

*Digital marketing* sendiri merupakan suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan *digital marketing* adalah untuk menarik konsumen dan

calon konsumen secara cepat. Seperti yang kita tahu, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama dalam dunia bisnis. *E-commerce* sendiri adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. Meskipun sarannya meliputi televisi dan telepon, kini *e-commerce* lebih sering terjadi melalui internet. Selain itu, *e-commerce* menawarkan banyak keuntungan dibandingkan toko konvensional. Misalnya, perusahaan tidak dibatasi oleh tempat dan waktu untuk menjalankan sebuah website toko online. Saat ini juga sudah ada berbagai platform untuk menunjang bisnis *e-commerce*, termasuk *marketplace online* dan media sosial. Akan tetapi, perusahaan dianjurkan untuk turut memiliki *website* yang merepresentasikan profesionalitas *brand* terkait. Terlebih, *website* mudah dibuat dan besar kemungkinan bahwa para kompetitor Anda telah memilikinya.

## **1.2 Tujuan**

Tujuan dari Program Magang Studi Independen ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk menggali kreatifitas dan kemampuan mahasiswa dalam dunia digital *marketing*
- 2) Untuk memberikan solusi dan saran dalam dunia bisnis digital
- 3) Untuk mengoptimalkan penggunaan *marketplace* dan media sosial pada *clothing brand* PT.Acosys Global Data

### **1.3 Manfaat**

- 1) Mampu meningkatkan skil dan kreatifitas bagi mahasiswa dalam dunia digital
- 2) Mampu memecahkan masalah dalam bisnis
- 3) Mampu mengoptimalkan penggunaan media sosial dan *marketplace* pada *clothing brand* PT.Acosys Global Data.

### **1.4 Ruang Lingkup**

- Study Magang di PT.Acosys Global Data yang dilaksanakan mulai dari 19 Mei 2021 sampai 19 Oktober 2021
- Pada laporan magang independen ini akan berfokus pada :  
Bagaimana *marketplace* dan *e-commerce* dapat digunakan secara optimal oleh PT.Acosys Global Data dalam mengembangkan bisnis *clothing brand*.

### **1.5 Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

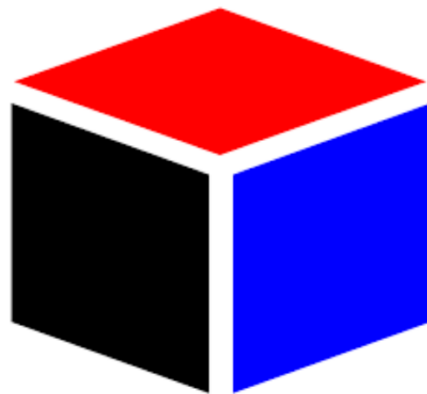
Kegiatan Program Magang Study Independen ini dilakukan mulai pada tanggal 19 Mei sampai dengan 30 September 2021 di PT.Acosys Global Data yang beralamatkan di Jl. Perwira No.25, Rajabasa, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung .

Adapun jalan dan pelaksanaan Program Magang Study Independen di PT.Acosys Global Data pada hari Senin – Sabtu yang di mulai pada pukul 08.00 – 16.00 WIB.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1. Sejarah Perusahaan**



**PT ACOSYS GLOBAL DATA**

*Gambar 2.1*

PT.Acosys Global Data adalah perusahaan Nasional berbasis teknologi yang berpusat di Kota Bandar Lampung, Lampung, Indonesia. Kami adalah perusahaan yang telah eksis sejak tahun 2001, sejak perusahaan ini masih berbadan hukum CV sampai saat ini yang sudah berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Visi utama PT.Acosys Global Data adalah dapat menjadi mitra bagi seluruh pengusaha di Indonesia, khususnya dalam bidang teknologi informasi. Perusahaan ini juga mempunyai misi untuk menjadi perusahaan global yang dapat menjadi icon Indonesia dalam bidang Informasi Teknologi

Pada tahap awal perusahaan ini bergerak dalam bidang pengembangan perangkat lunak (software) dengan produk andalannya



Acosys, yaitu sebuah perangkat lunak ERP (*Enterprise Resource Planning*) untuk membantu para pebisnis dalam mengelola pembukuan dan administrasi perusahaan mereka. Seiring waktu perusahaan ini juga mengembangkan produk-produk lainnya seperti Uzma (*smart digital signage*) yang dapat digunakan untuk semua kebutuhan promosi dan informasi publik, bahkan dilengkapi dengan jadwal solat yang dapat digunakan untuk jam masjid digital modern dengan display televisi. Selain itu, perusahaan ini juga mengembangkan aplikasi mushaf Al-Qur'an gratis yaitu QuranEasy, dengan terjemah dan tafsir berbagai bahasa. PT.Acosys Global Data juga mengembangkan divisi penjualan *online* [www.acosmart.com](http://www.acosmart.com) dan juga divisi Global Media yang bergerak dibidang percetakan, konveksi dan meuble. Perusahaan ini juga mengembangkan penyewaan hosting yang bernama *WebAcosys*.

## **2.2. Visi dan Misi Perusahaan**

### Visi

Menjadi perusahaan penyedia layanan teknologi informasi dan produk-produk kreatif lain yang besar dan tersebar di seluruh dunia.

### Misi

- Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pelanggan
- Berorientasi pada produk dengan kualitas tinggi
- Mengembangkan sumber daya manusia profesional
- Memberi keuntungan yang maksimal bagi stakeholder
- Melaksanakan manajemen terbuka

### 2.3. Bidang Usaha/ Kegiatan Utama Perusahaan

- Acosys



Gambar 2.3 1

Acosys adalah aplikasi bisnis dan akuntansi yang sangat bermanfaat untuk mengelola persediaan barang, arus kas, laporan keuangan, keamanan dan berbagai analisa. Acosys memiliki banyak fitur dan fasilitas yang dapat membantu berbagai macam bisnis untuk menjadi lebih modern, lebih cepat dan lebih akurat. Acosys menyediakan *Sales* dan *Service Center* di beberapa propinsi yang ada Indonesia untuk memberikan support kepada semua customer.

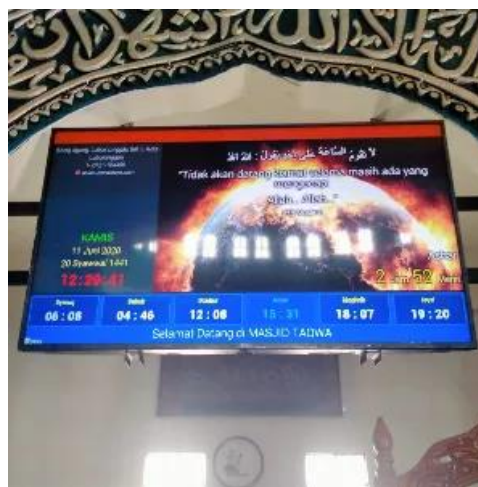
- Global media



Gambar 2.3. 2

Global Media bergerak perusahaan jasa konveksi, sablon dan pembuatan souvenir promosi yang telah dipercaya oleh berbagai perusahaan, brand, instansi, maupun individual untuk seragam kerja, kaos, kemeja, poloshirt, jaket, dll. kami memiliki workshop yang terintegrasi milik sendiri, mulai dari proses potong hingga pasang kancing dan dikontrol oleh tim khusus, sehingga pesanan mendapatkan hasil yang maksimal dan berkualitas.

- Uzma



Gambar 2.3.3

Uzma adalah mesin penghitung waktu sholat modern yang dilengkapi dengan papan informasi digital untuk masjid yang memudahkan menjadi pengingat jadwal azan, jadwal iqamah, menyampaikan pengumuman masjid untuk jamaah, pemutar murottal atau bacaan Al-Quran secara otomatis. Uzma juga dapat digunakan Papan Informasi Digital untuk sarana informasi dan promosi bisnis dan Uzma juga dapat digunakan sebagai sarana pendidikan.

- Acosmart



*Gambar 2.3.4*

Acosmart merupakan *online shop* yang dikembangkan dengan tujuan untuk memudahkan *customer* dalam membeli produk dari seluruh divisi yang ada di PT.Acosys Global Data. Salah satu target besar Acosmart adalah dapat menjadi *marketplace* yang dapat menjadi wadah dan sarana bagi seluruh pengusaha yang ada di Indonesia untuk memasarkan produknya baik dalam negeri maupun luar negeri.

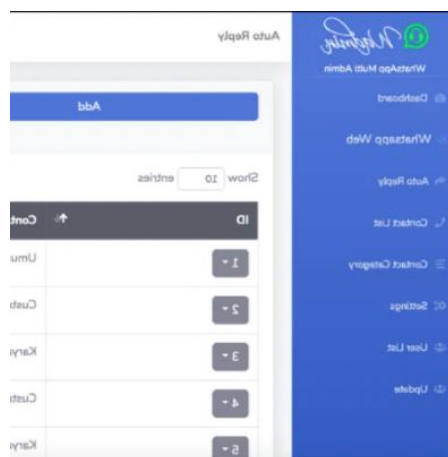
- Webacosys



*Gambar 2.3.5*

Webacosys merupakan divisi yang bergerak dibidang jasa pembuatan webiste. Selain itu juga webacosys menjual dan menyewakan produk pendukung lainnya seperti domain, hosting, Cloud Hosting, Dedicated Server, sertifikat SSL, SiteLock, Website Builder. Selain itu juga Webacosys menerima pembuatan aplikasi khusus yang berbasis web dengan spesikasi khusus atau sesuai permintaan customer.

- Wadmin



*Gambar 2.3.6*

Wadmin bukan sekedar tool untuk broadcast pesan melalui *WhatsApp*,

Wadmin adalah pengganti *WhatsApp Web* dengan satu nomor telepon yang dapat digunakan oleh banyak admin / user. Cocok untuk marketer atau layanan pelanggan untuk berbagai bidang kegiatan, seperti pemilik toko *online*, *digital advertiser*, *blogger*, *affiliate marketer*, layanan informasi pendidikan, layanan konsultasi, dan lain sebagainya.

#### **2.4. Struktur Organisasi**

- Komisaris (*Commissioner*) : Ninuk Palupi
- Direktur Utama (*Chief Executive Officer*) : Sri Wahono
- Direktur Keuangan (*Finance Director*) : Ansori
- Direktur Logistik dan Perlengkapan (*Logistic and Equipment Director*) : Ahmad Budianto
- Direktur Pengembangan Bisnis (*Business Development Director*) :  
Udani
- Direktur Layanan Teknis (*Technical Support Director*) : Sutiyono
- Direktur Sumber Daya Manusia (*Human Resource Development Director*) : Muhammad Roziki
- Direktur Administrasi Umum (*General Administration Director*) :  
Murtini

## **BAB III**

### **HASIL KEGIATAN**

#### **3.1 Kegiatan Magang**

Dalam proses pelaksanaan program magang independen yang dilakukan di PT.Acosys Global Data dalam upaya untuk mengoptimalkan penggunaan *marketplace* dan media sosial pada *clothing brand* yang berada di bawah divisi Global Media PT.Acosys Global Data dan kami selaku mahasiswa Program Magang Study Independen mencoba, mencari, dan memperbaiki segala unsur-unsur penting yang akan diterapkan dalam mengoptimalkan penggunaan *marketplace* dan media sosial dalam bisnis *digital marketing* di PT.Acosys Global Data yang bermula dari pembelajaran mengenai sistem *marketplace*, dan media sosial yang akan digunakan sebagai media utama dalam membangun bisnis ini sampai menerapkannya.

#### **3.2 Permasalahan/Program Magang**

##### **3.2.1 Mengoptimalkan Penggunaan *Marketplace* dan Media Sosial.**

Mengoptimalkan penggunaan *marketplace* dan media sosial pada bisnis *clothing brand* PT.Acosys Global Data, dalam hal ini PT.Acosys Global Data dan kami para mahasiswa saling berkontribusi dalam upaya mengoptimalkan menggunakan *marketplace* dan media sosial sebagai sarana utama untuk melakukan transaksi jual beli dan media promosi. Hal –

Hal pertama yang kami perhatikan adalah desain grafis atau visual dari yang akan kami tampilkan di berbagai situs *markeplace* dan media sosial (shopee, tokopedia, instagram, whatsapp, dan facebook), Visual yang tepat akan sangat mempengaruhi *audiens*. *Pricing Strategy*, mempelajari pemberian harga yang menarik. Analisis kompetitif, melalui analisis kompetitif kita dapat mengidentifikasi strategi bisnis para pesaing untuk menemukan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki, membantu mendapatkan ide-ide terbaru, dan mengetahui keinginan pasar. SEO, dengan mengoptimasikan pencarian produk mulai dari *website*, *hashtag* generator untuk social media, hingga pemilihan judul produk. evaluasi keputusan *branding*, menentukan brand dan merek yang sesuai dan tepat yang akan terus di gunakan secara paten di dalam *marketplace*/media sosial. Fokus *Content Promotion*, menganalisis dan membuat konten-konten terkini yang sesuai dengan perkembangan zaman yang menghasilkan *awareness* konsumen terhadap *brand*.

### **3.2.2 Kerangka Pelaksanaan/Pemecahan Masalah**

Bagaimana PT.Acosys Global Data dapat memanfaatkan media sosial dan *e-commerce* dalam mengembangkan bisnis *clothing brand*.





### 3.2.3 Pelaksanaan Program

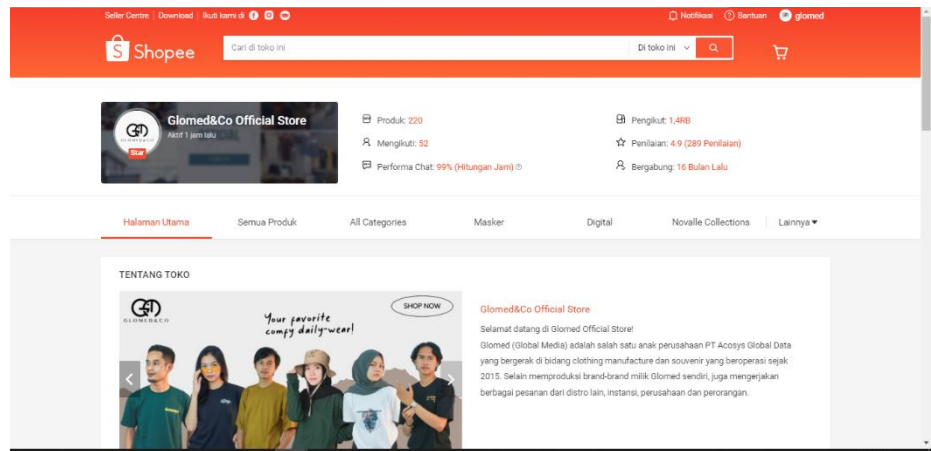
Hari dari program yang kami laksanakan bersama dengan PT.Acosys Global Data adalah Sebagai Berikut ;

Gambar 3.1 merupakan kegiatan menentukan *e-commerce* dan media sosial yang tepat yang akan digunakan sebagai media utama dalam mengembangkan bisnis *clothing brand* ini.



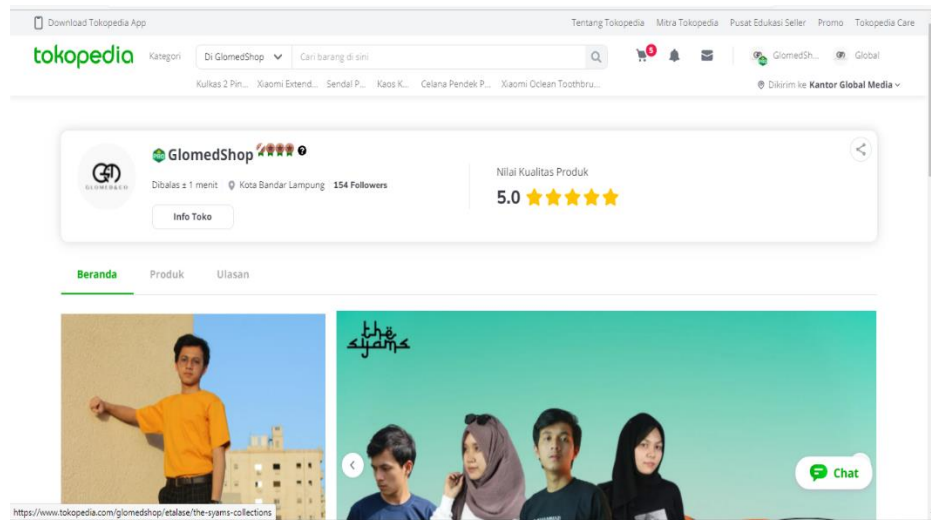
Gambar 3.2.3.1

Gambar 3.2 menunjukkan bahwa penggunaan shopee akan digunakan sebagai media utama dalam menjangkau pasar yang lebih besar.



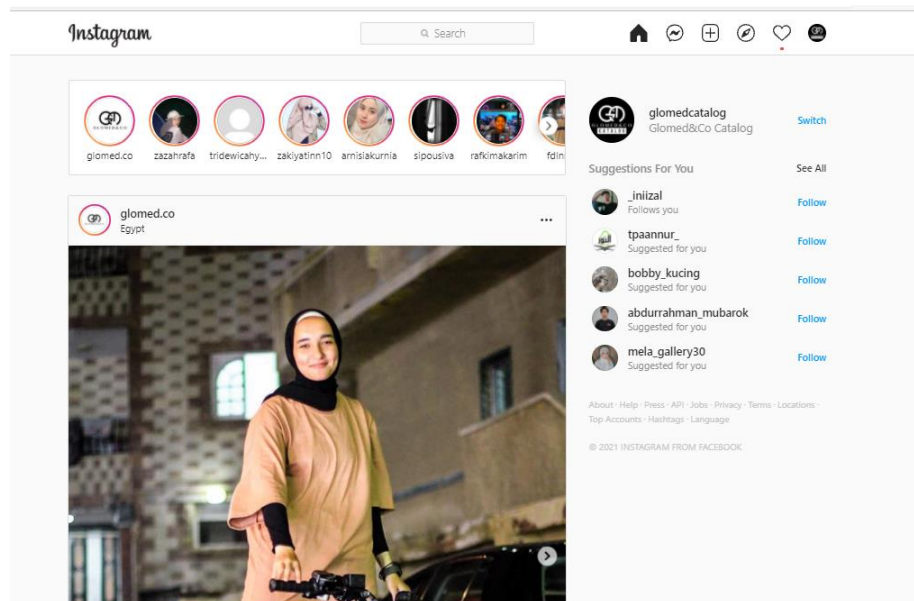
Gambar 3.2

Gambar 3.3 menunjukkan bahwa PT.Acocys Global Data menggunakan 2 e-commerce sebagai media yang akan di gunakan untuk menjangkau pasar yang lebih banyak.



Gambar 3.3

Gambar 3.4 menunjukkan penggunaan media sosial instagram sebagai media sosial yang di gunakan untuk meningkatkan branding dari clothing brand.



Gambar 3.4

### 3.2.4 Evaluasi Pelaksanaan Program

Dalam pelaksanaan Program Magang Di PT.Acosys Global Data kami selaku mahasiswa mencoba untuk membantu, mengatasi dan mencoba berbagai hal baru dalam upaya mengoptimalkan dan memanfaatkan media sosial dan *e-commerce* dalam mengembangkan bisnis *clothing brand* PT.Acosys Global Data. Dalam hal ini kami selaku mahasiswa dan PT.Acosys Global Data berhasil dalam menentukan media sosial dan *e-commerce* yang tepat, yaitu penggunaan shopee, tokopedia, dan instagram dalam upaya mengembangkan *clothing brand* PT.Acosys Global Data. Dengan memanfaatkan berbagai fitur yang di sediakan pada shopee, tokopedia, dan instagram di antaranya yaitu dengan menggunakan *feed*, *story*, *reels* yang disediakan oleh instagram yang bertujuan untuk meningkatkan *branding*. Memanfaatkan promo, *voucher*, *broadcast*, dan *event* yang di sediakan tokopedia dan shopee yang bertujuan untuk menarik

minat konsumen, dan yang terpenting dapat meningkatkan penjualan dan mempertemukan kami selaku produsen kepada konsumen di berbagai daerah bahkan di berbagai negara. kami berhasil meningkatkan *traffic* pengunjung dan penjualan selama 6 bulan pelaksanaan magang yang kami jalankan.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Landasan Teori**

Marketplace adalah salah satu peran utama dalam bisnis pada platform *e-commerce* saat ini. Menurut McLeod (2008 : 59). Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. *Marketplace* sendiri merupakan platform yang berperan sebagai pihak ketiga atau perantara antara penjual dan pembeli untuk mempermudah transaksi jual beli secara *online*. Contoh *marketplace* dunia adalah Amazon, Alibaba, Ebay, dll. Sedangkan platform pasar dari di Indonesia seperti Tokopedia, Blibli, Bukalapak, Shopee dan masih banyak lagi. Menurut Opiida, pengertian *marketplace* adalah media online berbasis internet yang digunakan sebagai tempat transaksi bisnis, dimana pembeli bisa mencari penjual sebanyak mungkin sesuai kriteria dengan harga pasar.

Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam mempromosikan suatu produk untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Strategi pemasaran yang paling banyak di lakukan adalah dengan pemasaran produk secara *online*. Penggunaan *marketplace* sebagai sarana pemasaran *online* memiliki beberapa keuntungan bagi penjual diantaranya *fleksibilitas* waktu, tidak terdapat biaya operasional, tidak memerlukan promosi karena *platform marketplace* telah terdapat strategi promosi tersendiri, tidak membutuhkan biaya sewa, pengguna hanya perlu

mendaftarkan toko *onlinenya* untuk berjualan, meningkatkan pelayanan dan promo, dan sebagainya (Pratomo et al., 2019).

Media sosial merupakan sarana utama pergaulan yang dilakukan secara *online* yang terjadi di dunia maya (*internet*). Hampir 61.8 persen masyarakat Indonesia menggunakan media sosial sebagai sarana mencari berbagai informasi mulai dari berita, *fashion*, *healty*, bahkan sebagai sarana komunikasi dan lain-lain. Dan menurut Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016;11), bahwa “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.” Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Pesatnya perkembangan media sosial saat ini sangat di manfaatkan sebagai salah satu media untuk meningkatkan *branding* bisnis.

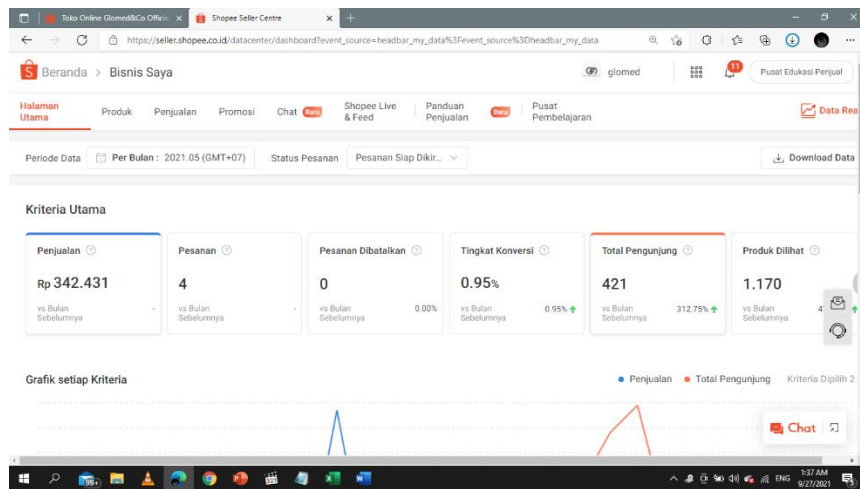
Salah satu media sosial yang sangat berkembang pesat sekarang adalah Instagram. Semakin banyak orang yang menyadari bahwa Instagram merupakan alat promosi yang sangat ampuh. kecenderungan para pengguna internet ialah lebih tertarik pada bahasa visual. dibandingkan dengan media sosial lainnya, Instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau foto. ketika bahasa visual mendominasi dunia internet, dari situlah para pelaku bisnis bisa memanfaatkan peluang yang terlihat

didepan mata. Instagram adalah bentuk dari salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran langsung, melalui instagramlah produk/jasa dapat ditawarkan dengan meng-upload foto atau vidio singkat, sehingga para calon konsumen dapat melihat jenis barang/jasa yang ditawarkan.

## 4.2 Analisis Program

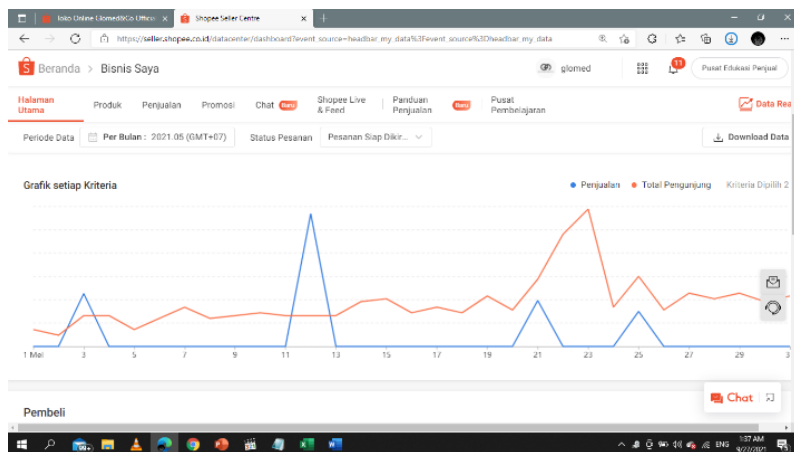
Selama pelaksanaan program magang selama 6 bulan di PT.Acosys Global Data, berikut merupakan hasil pencapaian kegiatan :

Gambar 4.2.1 menunjukkan tingkat penjualan produk, pesanan produk, pesanan yang dibatalkan, tingkat konversi, total pengunjung sampai jumlah produk yang dilihat oleh kosumen pada shopee pada bulan Mei.



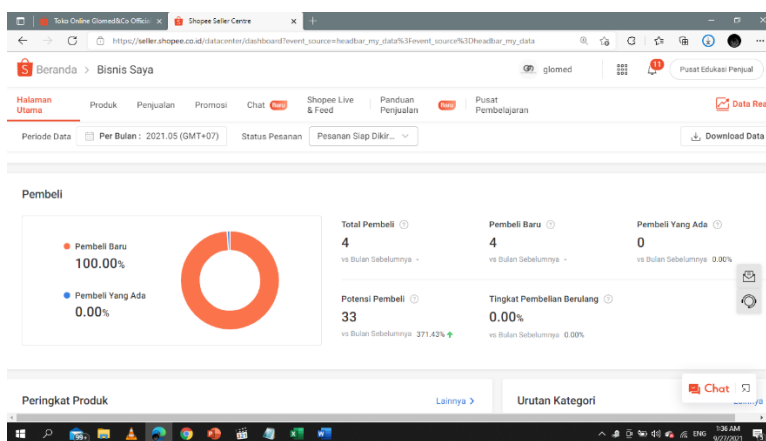
Gambar 4.2.1

Gambar 4.2.2 menunjukkan grafik pengunjung dan total penjualan yang terjadi pada shopee pada bulan Mei 2021.



Gambar 4.2.1

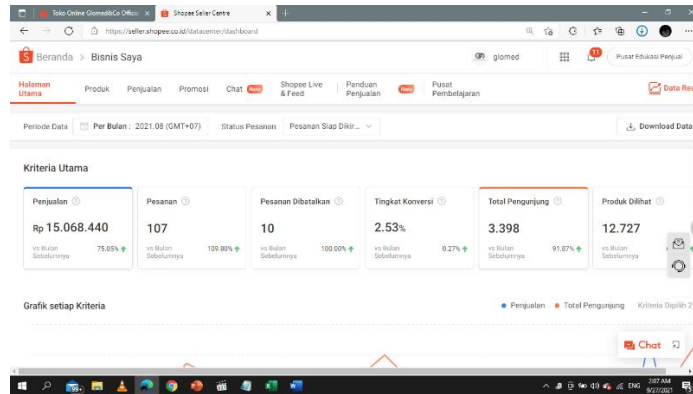
Gambar 4.2.3 menunjukkan tingkat perbandingan antara *costumer* baru dan lama pada periode bulan Mei 2021 .



Gambar 4.2.3

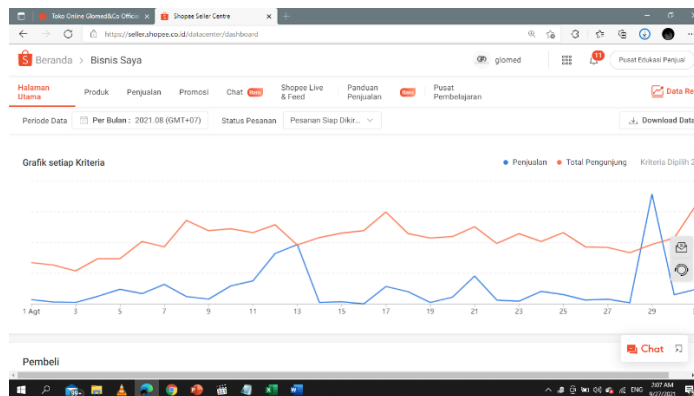
Gambar 4.2.4 menunjukkan tingkat penjualan produk, pesanan produk, pesanan yang dibatalkan, tingkat konversi, total pengunjung sampai jumlah produk yang dilihat oleh konsumen pada shopee pada bulan Agustus 2021.





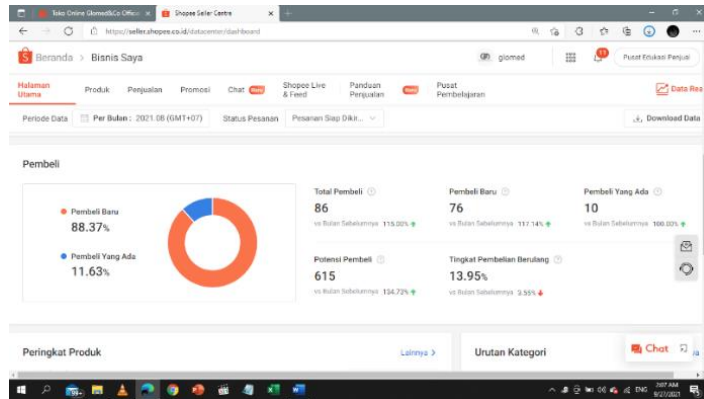
Gambar 4.2.4

Gambar 4.2.5 menunjukkan grafik penunjang dan total penjualan yang terjadi pada shopee pada bulan Agustus 2021.



Gambar 4.4.5

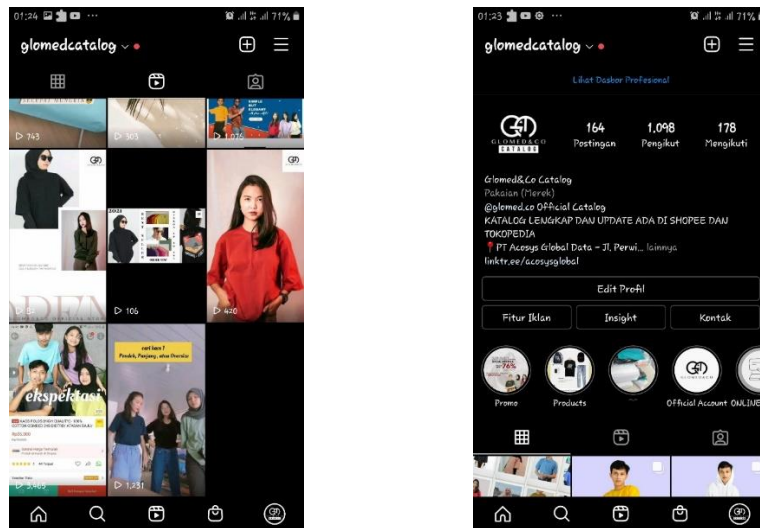
Gambar 4.2.6 menunjukkan tingkat perbandingan antara *costumer* baru dan lama pada periode bulan Agustus 2021.



Gambar 4.2.6

Gambar 4.2.7 menunjukkan pemanfaatan fitur instagram sebagai upaya dalam meningkatkan *branding*

Gambar 4.2.7



Gambar 4.2.8



Gambar 4.2.9

Pengambilan data yang ditampilkan di bulan Mei dan bulan Agustus menunjukkan perbedaan yang terjadi diawal memulai clothing brand dan setelah 3 bulan bisnis clothing brand ini berjalan. Dan *insight* instagram yang dapat dilihat pada gambar 4.2.9 menunjukkan seberapa banyak orang yang dijangkau selama 30 hari terakhir.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Penggunaan *marketplace* dan media sosial masih menjadi pilihan utama yang digunakan oleh PT.Acosys Global Data sebagai sarana utama dalam mengembangkan dan mengoptimalkan penjualan dan *branding* dari bisnis *clothing brand*. Dimana pembeli dan masyarakat umum dapat dengan mudah mendapatkan barang yang mereka inginkan. Penggunaan *marketplace* dan media sosial juga dapat membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan serta dapat menyampaikan informasi secara detail mengenai produk maupun harga spesial yang diberikan kepada konsumen secara *online* dan memudahkan proses transaksi tanpa harus datang ke toko secara langsung sehingga dapat bersaing dengan toko yang sejenis dan mendapatkan hasil yang lebih maksimal. kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan media sosial dan *marketplace* ini adalah menemukan ide-ide baru yang akan digunakan di media sosial sebagai upaya menarik minat konsumen.

#### **Saran**

Melakukan evaluasi secara berkala untuk menemukan ide-ide baru untuk kemudian di implementasi dan dan dikembangkan di dalam media promosi yang akan ditampilkan di media sosial, sebagai salah satu upaya untuk mengoptimalkan dan mengembangkan bisnis *clothing brand*, dan dapat meningkatkan penjualan serta *branding* .

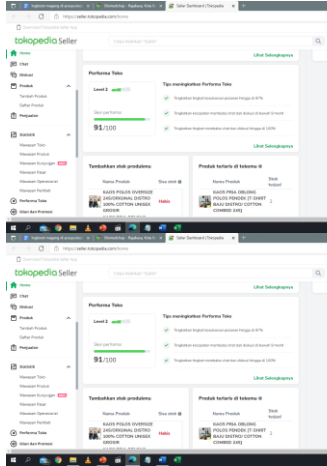
Diharapkan *Clothing brand* PT.Acosys Global Data dapat memperluas penggunaan platform media sosial menjadi lebih optimal, dan dapat menciptakan berbagai konten media sosial secara berkala untuk lebih banyak menarik konsumen di berbagai kalangan dan untuk memaksimalkan seluruh saluran pemasaran yang digunakan.


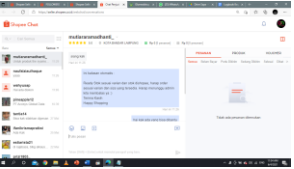
## DAFTAR PUSTAKA

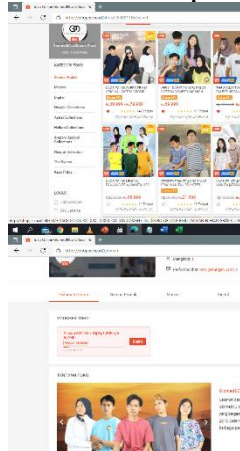
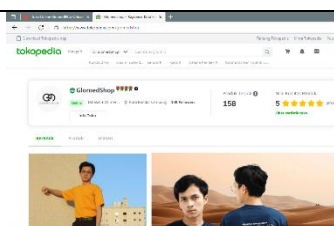
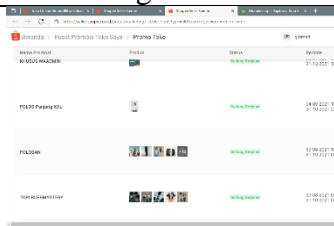
- Desiani, A. I. (2021). pemanfaatan marketplace shopee sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran kain songket. *jurnal hasil hasil pengabdian masyarakat*, 209-219.
- Jauhari, J. (2010). upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UMK) dengan memanfaatkan e-commerce. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, VOL. 2, NO. 1, April 2010.
- Maulana, S. M. (2015). IMPLEMENTASI E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ONLINE.
- Nistanto, R. K. (2021, 02 23). Retrieved from Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari?:  
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari-?page=all#:~:text=Dari%20total%20populasi%20Indonesia%20sebanyak,3%20persen%20dibandingkan%20tahun%20lalu>

## LAMPIRAN




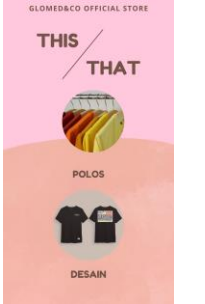
Tabel 1

MEI				
No	Tanggal	Deskripsi Kegiatan	Luaran Kegiatan	Bukti Kegiatan
19	19/05/2021	Pemahaman awal mengenai digital marketing, dan keputusan branding	bagaimana cara awal mengelolah marketplace, bagaimana kita konsisten dalam menggunakan merek produk	
20	20/05/2021			
21	21/05/2021			
22	22/05/2021	Photography, Graphic design, dan Editing photo	-mengoperasikan kamera untuk pengambilan gambar produk yang menarik -mempelajari tools-tools editing untuk menciptakan konten yang menarik -mengedit gambar agar terlihat lebih profesional	
23	23/05/2021			
24	24/05/2021			
25	25/05/2021			
26	26/05/2021			
27	27/05/2021			
28	28/05/2021			
29	29/05/2021			
30	30/05/2021			
31	31/05/2021			

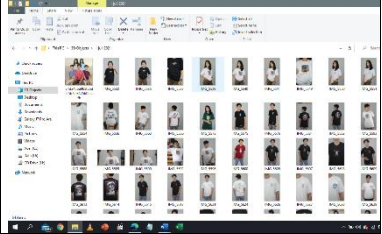
JUNI				
No	Tanggal	Deskripsi Kegiatan	Luaran Kegiatan	Bukti Kegiatan
1	1/06/2021	SEO	Mengoptimalkan daftar pencarian website	
2	2/06/2021	Melengkapi Online Presence	Pengisian produk-produk terbaru di website sebagai informasi bagi konsumen	
3	3/06/2021			
4	4/06/2021	audit marketing e-commerce	membuat bagaimana rating chat di shopee meningkat	


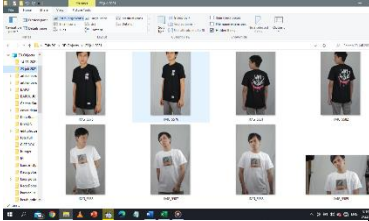
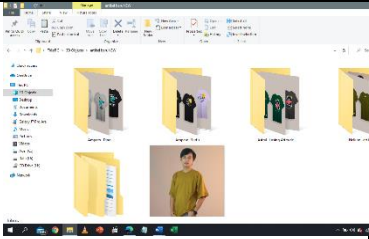

5	5/06/2021	meningkatkan engagement rate media sosial dan e-commerce	<ul style="list-style-type: none"> <li>- follow followers pesaing atau kompetitor</li> <li>- rancangan pemberian diskon dan voucher untuk menarik konsumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- meningkatnya jumlah followers secara bertahap</li> </ul> 
6	6/06/2021			
7	7/06/2021	perbaiki tampilan marketplace dan mediasosial	edit tampilan key word dan diskripsi pada setiap produk di shopee	
8	8/06/2021	Promosi strategi	Edit dekorasi toko shopee, tokopedia, photoshoot produk, Upload katalog baru ke instagram, Up youtube company profile, share cuci gudang ke sosmed2, grup fb, dll	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tersedianya katalog produk dengan lengkap di berbagai marketplace yang di targetkan</li> </ul>
9	9/06/2021			
10	10/06/2021			
11	11/06/2021	Strategi harga	ganti harga grosir, apply all discount	
12	12/06/2021	LAUNCHING SHOPEE	Sounding toko shopee ke semua sosia media dan marketplace	E-commerce yang di targetkan sudah siap untuk di jalankan secara efektif karena fitur fitur sudah tersedia secara lengkap
13	13/06/2021			
14	14/06/2021	Design dan Promoting strategy	packaging design agar menarik di mata kosumen, serta	






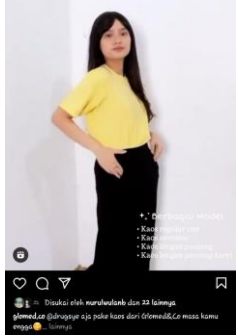
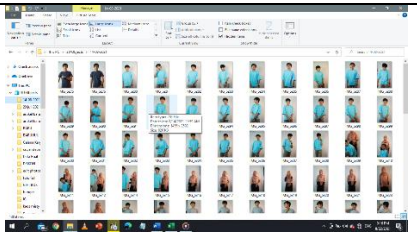

15	15/06/2021		pemberian gif berupa voucher untuk setiap pembelian	
16	16/06/2021			
17	17/06/2021			
18	18/06/2021			
19	19/06/2021			
20	20/06/2021			
21	21/06/2021	Strategi Promotion Promotions activation	- membuat diskon, voucher, dan endorsement	
22	22/06/2021	Content Promotion	Meningkatkan Eksposur produk, buat ig story ( kaosgeh, distrocity, ), review produk untuk menarik konsumen di laman web	
23	23/06/2021			
24	24/06/2021	Social media activation	memungkinkan brand untuk dapat berikteraksi lebih sering kepada konsumen melalui medai sosial	
25	25/06/2021			
26	26/06/2021			
27	27/06/2021			
28	28/06/2021	Auditing cover , folloup costumer, restock produk	Editing cover marketplace, request pickup ekspedisi, dan konfirmasi customer jika ada produk yang sudah sold out, upload produk yang sudah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tersedianya produk secara lengkap dan update</li> <li>- packaging</li> </ul>
29	29/06/2021			
30	30/06/2021			





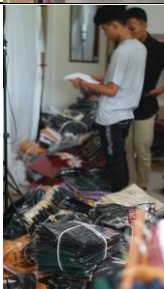
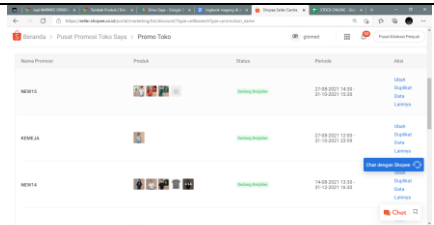

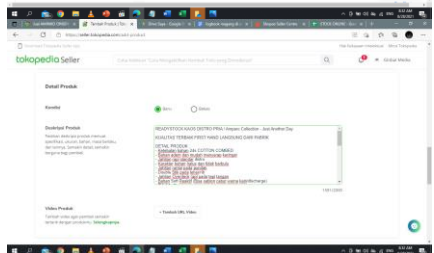
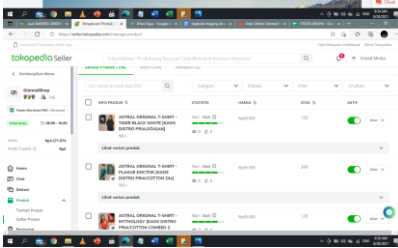
0			selesai edit ke shopee dan tokopedia agar Meningkatkan eksposur produk, update stock produk di tokopedia dan shopee	<ul style="list-style-type: none"> <li>produk</li> <li>- fast respon kepada setiap costumer</li> </ul>
---	--	--	---	--

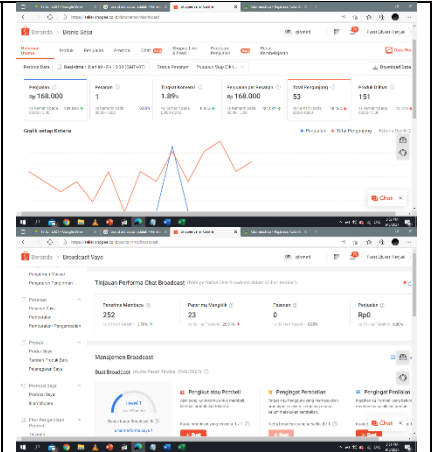
JULI				
No	Tanggal	Deskripsi Kegiatan	Luaran Kegiatan	Bukti Kegiatan
1	1/07/2021	Photography	Photo Model Produk katalog, mempelajari tehnik photography	
2	2/07/2021			
3	3/07/2021	Selling Promotion awareness building	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Meningkatkan traffic produk</li> <li>-terus mengenalkan brand yang kita gunakan kepada konsumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- DM (Direct Message) kepada setiap kosumen seara rutin di berbagai media sosial dan market place</li> </ul>
4	4/07/2021			
5	5/07/2021	memulai Brand Activation	bagaimana meningkatkan brand agar terus di ingat dan di ketahui oleh banyak konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kami memanfaatkan sebuat platform mediasosial ( instagram, facebook, tiktok, youtube, dll )</li> </ul>
6	6/07/2021			
7	7/07/2021			
8	8/07/2021			
9	9/07/2021			
10	10/07/2021			
11	11/07/2021			
12	12/07/2021	Marketing Promotion  Lead Generation	Meningkatkan traffic pada produk dimarketplace, mencari trafic disosial media. Upload produk di marketplace, dan broadcast new artikel di beberapa grup reseller.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melalui pmeberian konten kreativ di media sosial dapat meningkatkan traffic pengunjung</li> </ul>
13	13/07/2021			
14	14/07/2021			
15	15/07/2021			
16	16/07/2021			
17	17/07/2021			
18	18/07/2021			
19	19/07/2021	Update stok online	Memisahkan produk stok offline ditoko dan stok online untuk marketplace	
20	20/07/2021			

21	21/07/2021			
22	22/07/2021			memilih produk agar terpisah dari stock offline agar stock online tetap tersedia
23	23/07/2021	Editing dan Promosi Artikel terbaru -Advertising	-Memilih photo yang akan di edit, edit photo melalui lightroom dan sponseed, lalu edit background di canva, yang selanjutnya akan di upload ( google photo, shopee, tokopedia, facebook, dan grup reseller dan drive), Edit, cetak resi penjualan, packing barang, request pickup ekspedisi, dan konfirmasi customer jika ada produk yang sudah sold out	
24	24/07/2021		-bagaimana kita bisa membujuk konsumen untuk membeli produk yang kita pasarkan	
25	25/07/2021			
26	26/07/2021	Photo artikel terbaru	Photo artikel terbaru dan edit hasil photo untuk uploud ke semua marketplace dan sosial media, dan konfirmasi customer jika ada produk yang sudah sold out	
27	27/07/2021			
28	28/07/2021			
29	29/07/2021			
30	30/07/2021			
31	31/07/2021	Promotions activation	Promosi dalam berbentuk diskon, voucher, hingga endorsement selebgram  Promotion activation akan memudahkan dan mendorong orang untuk mengenal produk dan brand yang di tawarkan	

AGUSTUS				
N o	Tanggal	Deskripsi Kegiatan	Luaran Kegiatan	Bukti Kegiatan
1	1/8/2021			
2	2/8/2021	Sounding ke reseller artikel terbaru	Update artikel baru untuk reseller dan menginfokan warna2 baru dan ready stock untuk kaos oversize, Edit, cetak resi penjualan, packing barang, request pickup ekspedisi, dan konfirmasi customer jika ada produk yang sudah sold out.	
3	3/8/2021	-efficient remaining		
4	4/8/2021	-Brainstorming dengan tim marketing	- Brainstorming ide untuk promo diskon 17 agustus di semua marketplace dan perhitungan harga diskon - menentukan brand dan merek yang tepat untuk di gunakan di marketplace dan media sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- menciptakan ide promosi untuk setiap even di setiap bulannya ( even Hut RI ke -76 Th)</li> <li>- menemukan brand yang sesuai dan mudah di ingat oleh konsumen ( glomed&amp;co official store )</li> </ul>
5	5/8/2021	-evaluasi branding		
6	6/8/2021	Sounding new promo Advertising	Upload promo edisi spesial merdeka Edit, cetak resi penjualan, packing barang, request pickup ekspedisi, dan konfirmasi customer jika ada produk yang sudah sold out	 
7	7/8/2021			
8	8/8/2021			

9	9/8/2021	Promotions activation	Promosi dalam berbentuk diskon, voucher, hingga endorsement selebgram	
10	10/8/2021		Promotion activation akan memudahkan dan mendorong orang untuk mengenal produk dan brand yang di tawarkan	
11	11/8/2021			
12	12/08/2021			
13	13/08/2021			
14	14/08/2021	Editing Konten	Edit foto, Edit background, dan cover Upload media sosial,facebook fanpage, pribadi, marketplace, e/commerce ( tokopedia dan shopee ), google photo, grup reseller), Edit, cetak resi penjualan, packing barang, request pickup ekspedisi, dan konfirmasi customer jika ada produk yang sudah sold out	
15	15/08/2021			
16	16/08/2021			
17	17/08/2021			
18	18/08/2021			
19	19/08/2021			
20	20/08/2021	Evaluasi tim mingguan	Evaluasi mingguan untuk tim, dan mencari ide untuk meningkatkan traffic pengunjung dan penjualan , edit masal harga produk di tokopedia, Edit, cetak resi penjualan, packing barang, request pickup ekspedisi, dan konfirmasi customer jika ada produk yang sudah sold out	
21	21/08/2021			
22	22/08/2021			

23	23/08/2021	desain, editing, dan packing product	request pickup penjualan, cetak resi dan pecking, edit stock online desain dan editing untuk promosi produk melalui marketplace dan e-commerce	   
24	24/08/2021			
25	25/08/2021	photoshoot, opname	merubah harga produk menghitung total semua barang di gudang	
26	26/08/2021			
27	27/08/2021	Upload Produk , photoshoot		 
28	28/08/2021			 
29	29/08/2021			
30	30/08/2021	Analisa statistik	- memahami	

31	31/08/2021	penjualan dan grafik traffic pengunjung, pembelajaran mengenai algoritma media sosial	perkembangan dan peningkatan aktivitas di media sosial maupun marketplace.	 <p>The image shows two screenshots of a social media analytics dashboard. The top screenshot displays a 'Daily Data' overview with a line graph showing traffic trends. Key metrics include: Revenue (Rp 168.000), Engagement (1.89%), Followers (168.000), and Likes (151). The bottom screenshot shows a 'Broadcast State' section with 'Tribun Pictoria' as the selected broadcast, displaying metrics for 'Tweets Mentions' (352), 'Retweets' (23), and 'Replies' (0). It also includes a 'Manage Broadcast' section with a 'Level 1' indicator and various broadcast management options.</p>
----	------------	---	--	---