

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman sekarang persaingan bisnis tumbuh menjadi sangat kompetitif dan memaksa para pelaku usaha untuk menciptakan strategi-strategi yang dapat menarik minat konsumen. Di Masa Pandemi COVID 19 ini pelaku usaha dituntut untuk cepat beradaptasi dengan sistem digitalisasi.

Perusahaan harus dapat mengoptimalkan pengelolaan seluruh sumber daya perusahaan, baik dalam pengelolaan keuangan, produksi, pemasaran, maupun sumber daya manusia, hal tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, namun di masa pandemi perusahaan dituntut untuk adanya perubahan paradigma lama dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang pemasaran. Pemasaran mengambil peranan penting dalam setiap persaingan bisnis yang terjadi. Di Indonesia terjadi perubahan dengan sangat cepat yang disebabkan oleh virus COVID 19. Perusahaan diharuskan mengubah sistem penjualan konvensional menjadi digital melalui berbagai macam *Platform Market Place*. Tujuannya agar perusahaan Retail *fashion* tetap bisa mengoptimalkan penjualannya terlebih dimasa pandemi seperti ini banyak toko yang diharuskan tutup mengikuti dari peraturan pemerintah. Terdapat beberapa *Platform Market Place* yang banyak digunakan oleh perusahaan dan UMKM seperti Tokopedia, Shopee, Website Dll.

Setiap bulan selalu muncul model *fashion* baru. Hal ini tak lepas dari produktivitas para pebisnis *fashion* lokal yang kreatif dalam merancang produk-

produknya serta munculnya generasi muda kreatif yang antusias didalam industri *fashion* ini. Kota Bandung contohnya merupakan salah satu kota penghasil produk *fashion* terbesar di Indonesia dan juga sebagai salah satu kota acuan tren *fashion* di Indonesia. Pertumbuhan *fashion* di Kota Bandung juga menuju pada ranah yang lebih spesifik, seperti tas, sepatu dan baju. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pelaku bisnis pada bidang tersebut yang bermunculan di Kota Bandung dan menimbulkan pesaing bisnis *fashion* khusus nya di bidang baju, dan sepatu yang semakin ketat, sehingga pelaku bisnis harus memiliki strategi yang tepat dan bagus untuk dapat bersaing. Pelaku bisnis dituntut untuk memberikan produk semaksimal mungkin dengan cara melihat permintaan konsumen, perkembangan zaman dan inovasi agar lebih unggul dan memberikan kesan yang berbeda dari para pesaingnya. Sekarang pelaku bisnis tidak hanya terfokus pada hasil produk nya saja melainkan juga memikirkan cara memasarkannya agar produk yang bagus dapat di sampaikan kepada konsumen dengan tepat. Pelaku bisnis sering menggunakan sosial media untuk menyampaikan produk yang mereka hasilkan dengan cara membuat konten dan memposting nya di sosial media seperti Instagram, Facebook dan Twitter.

1.2 Latar Belakang Magang

Magang merupakan bagian dari pelatihan kerja, magang dilakukan oleh mahasiswa tingkat akhir sebagai salah satu syarat utama untuk menyelesaikan proses pendidikan khususnya setiap mahasiswa D-III Manajemen Perdagangan STEI. Dalam kegiatan magang, dapat menambah keterampilan serta meningkatkan kemampuan untuk bersaing di dunia usaha maupun dunia kerja setelah menyelesaikan pendidikannya. Selain itu magang diajukan untuk mengaplikasikan semua ilmu yang dipelajari di bangku kuliah dan mempelajari detail tentang seluk beluk standar kerja yang professional. Pengalaman ini kemudian menjadi bekal dalam menjalani

jenjang karir pada dunia kerja.

1.3 Tujuan Magang

1.3.1 Tujuan umum

1. Mengetahui bidang Pemasaran di Fyc Footwear Bekasi.
2. Meluaskan jaringan yang kompeten bagi penulis di masa yang akan datang.
3. Menjadikan penulis mengetahui banyak hal tentang cara penjualan melalui online.
4. Mendapatkan relasi di dunia *fashion retail* khususnya sepatu.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Dapat mengoperasikan *Platform Market Place* yang di gunakan FYC Footwear.
2. Mengetahui *platform Market Place* yang di gunakan Fyc Footwear untuk mempermudah konsumen ber transaksi secara online.
3. Dapat mengetahui *demand* di dunia *fashion retail*.

1.4 Metode Penyusunan Magang

1.4.1 Tempat Dan Waktu

Nama Perusahaan : FYC Footwear Bekasi

Alamat : Jl.Boulevard ruko asia tropis blok at 17 no 17
harapan Indah, Bekasi

Periode Praktik Magang : Magang dilakukan mulai dari 10
November sd 20 Desember 2020

Jam Kerja Praktik Magang: Mulai dari jam 11.00 – 21.00 dilaksanakan
dari hari senin – jumat .