BAB I
PENDAHULUAN

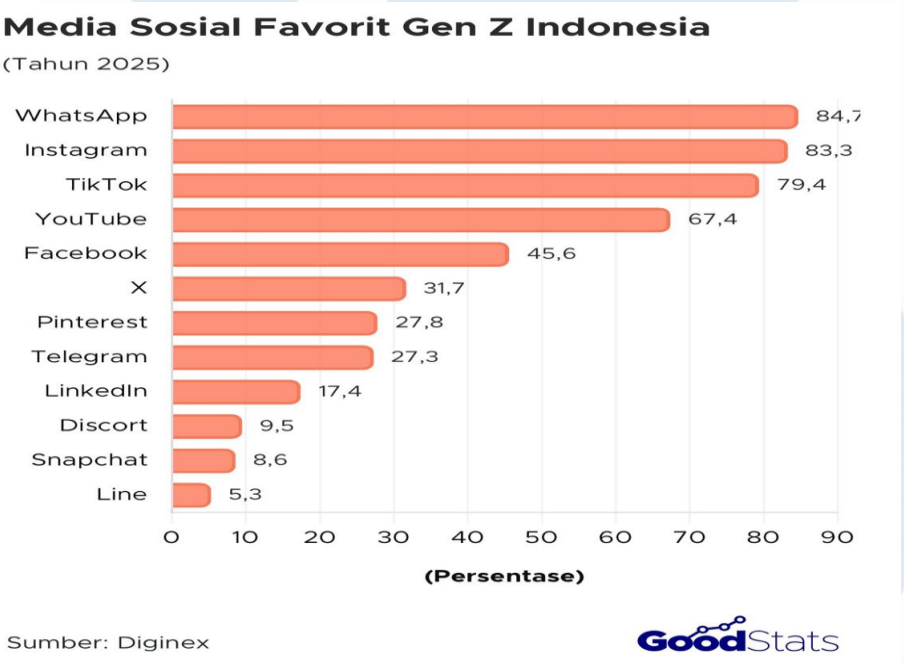
1.1. Latar Belakang

Tren fashion memiliki perkembangan yang sangat cepat berubah dengan banyaknya tren baru yang terus muncul di sosial media. Salah satu tren fashion yang sedang mengalami peningkatan popularitas dalam beberapa tahun terakhir ini yaitu tren fashion coquette. Gaya fashion coquette ini memberikan tampilan feminm dan lembut dengan menggunakan warna pastel, aksesoris detail pada pakaian seperti pita, renda, ruffle, dan kancing Mutiara. gaya coquette sudah ada sejak era Victorian dan tidak pernah hilang sampai sekarang. Tren coquette sedang popular beberapa tahun terakhir ini, sejak tahun 2021 sampai sekarang di sosial media Tiktok, Pinterest, dan Instagram. Berdasarkan data dari Kompas pada tahun 2024, Hashtag #coquette di tiktok telah digunakan lebih dari 1,7 juta konten dan pada tahun 2026 telah digunakan sebanyak 3,1 juta konten yang menunjukkan tingginya minat pengguna sosial media terhadap coquette aesthetic. Tren coquette berkembang pesat di sosial media khsusunya generasi Z yang tertarik pada gaya pakaian coquette yang feminim dan estetik.

Gambar 1.1.1 Data tagar coquette di Tiktok

Sumber : Tiktok

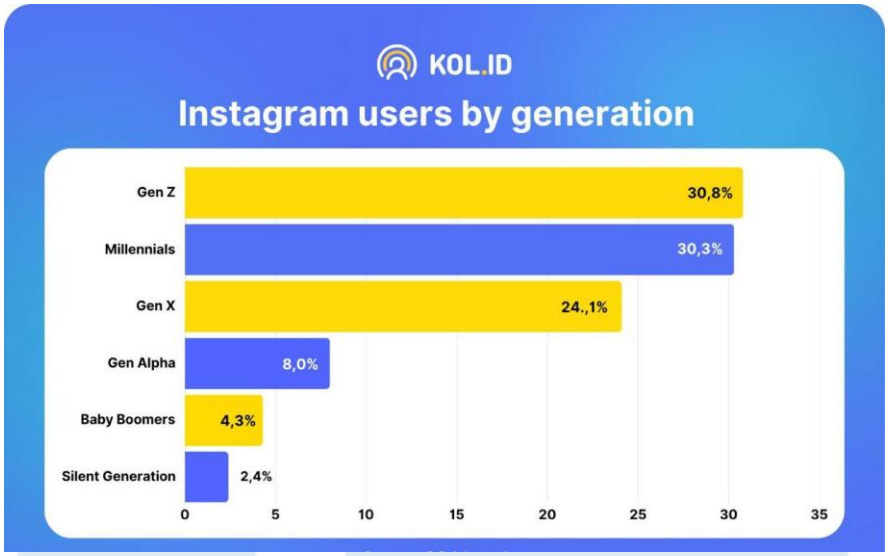
gaya coquette seperti penggunaan pita, warna pink pastel, renda, dan ruffle menjadi salah satu tren fashion yang mendominasi sepanjang tahun 2021-2026. Bahkan beberapa brand fashion ternama seperti Prada dan Miumiu menghadirkan koleksi coquette, Hal ini menunjukkan bahwa tren coquette tidak hanya populer di media sosial, tetapi juga mulai memengaruhi perkembangan industri fashion global. Berdasarkan data Jakpat tahun 2025, sebagian besar generasi Z di Indonesia aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, terutama Instagram dan TikTok. Tingginya penggunaan platform tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran besar dalam memengaruhi pola konsumsi, gaya hidup, serta keputusan pembelian produk fashion di kalangan anak muda. Fashion menjadi salah satu kategori produk yang paling banyak dibeli melalui platform e-commerce. Meningkatnya kebiasaan masyarakat dalam berbelanja online membuat persaingan bisnis fashion semakin berkembang,



Gambar 1.1.2 Data media sosial favorit gen Z Indonesia

Sumber : Goodstats

Shopee dan TikTokshop menjadi platform e-commerce yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia yang terus mengalami peningkatan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa platform digital memiliki pengaruh yang besar dalam mendukung perkembangan bisnis fashion online di Indonesia. Visual produk menjadi faktor utama yang menarik konsumen dalam keputusan pembelian, tetapi kenyamanan dan kualitas produk juga tidak kalah penting. Konsumen menginginkan produk yang nyaman dipakai sehari hari tetapi tetap cantik dan estetik. Maka dari itu Louloudi menghadirkan produk fashion yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mengutamakan kenyamanan saat dikenakan konsumen. Tren coquette berkembang cepat karena generasi muda menyukai gaya berpakaian yang unik, estetik, dan mampu merepresentasikan kepribadian mereka. Melihat perkembangan tren dan peluang tersebut, Louloudi hadir sebagai brand fashion yang mengusung konsep coquette feminin dengan menghadirkan produk pakaian yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga nyaman digunakan. Dalam proses pengembangan bisnis Louloudi, peran Chief Executive Officer (CEO) memiliki tanggung jawab yang penting, mulai dari menentukan strategi pemasaran, mengelola operasional bisnis, hingga memastikan perkembangan brand berjalan sesuai tujuan perusahaan. Sebagai CEO, penulis juga bertanggung jawab dalam mengatur koordinasi antar tim dan mengambil keputusan yang berkaitan dengan perkembangan bisnis. Selama menjalankan program magang di Skystar Ventures, penulis memperoleh banyak pengalaman melalui kegiatan mentoring dan workshop bisnis yang membantu meningkatkan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, pengelolaan keuangan, serta pengembangan bisnis startup.



Gambar 1.1.3 Data penggunaan Instagram berdasarkan generasi

Sumber : KOL.ID

Perkembangan teknologi digital dan media sosial memberikan dampak yang sangat besar terhadap perubahan perilaku konsumen, khususnya dalam industri fashion. Saat ini masyarakat tidak hanya membeli produk berdasarkan kebutuhan, tetapi juga mempertimbangkan nilai estetika, tren, dan kesesuaian produk dengan identitas diri mereka. Generasi Z dan milenial menjadi kelompok konsumen yang paling aktif mengikuti perkembangan tren fashion melalui media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Pinterest. Platform tersebut memudahkan masyarakat untuk memperoleh inspirasi fashion, mengetahui tren terbaru, hingga melakukan pembelian produk secara online hanya melalui smartphone. Kondisi ini membuat industri fashion mengalami perkembangan yang sangat cepat dan kompetitif.

Dalam beberapa tahun terakhir, tren fashion coquette menjadi salah satu gaya berpakaian yang banyak diminati oleh generasi muda. Gaya coquette identik dengan tampilan feminin, manis, lembut, dan elegan melalui penggunaan warna pastel, pita, renda, ruffle, motif floral, serta detail pakaian yang memberikan kesan vintage dan aesthetic. Popularitas tren coquette semakin meningkat karena banyak

digunakan oleh influencer dan content creator di media sosial. Melalui konten video pendek, outfit inspiration, dan fashion styling, tren tersebut dengan cepat menyebar dan menarik perhatian masyarakat, khususnya perempuan muda yang ingin tampil feminin namun tetap modern.

Selain dipengaruhi oleh media sosial, meningkatnya minat masyarakat terhadap fashion aesthetic juga dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup generasi muda yang semakin memperhatikan penampilan dan self expression. Bagi sebagian besar generasi Z, fashion bukan hanya sekadar pakaian yang digunakan sehari-hari, tetapi juga menjadi bentuk ekspresi diri dan cara untuk menunjukkan karakter serta kepribadian mereka. Penampilan yang menarik dan estetik dianggap mampu meningkatkan rasa percaya diri, terutama di era digital saat aktivitas di media sosial menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, banyak anak muda yang tertarik mengikuti tren fashion tertentu agar dapat menampilkan image yang sesuai dengan diri mereka.

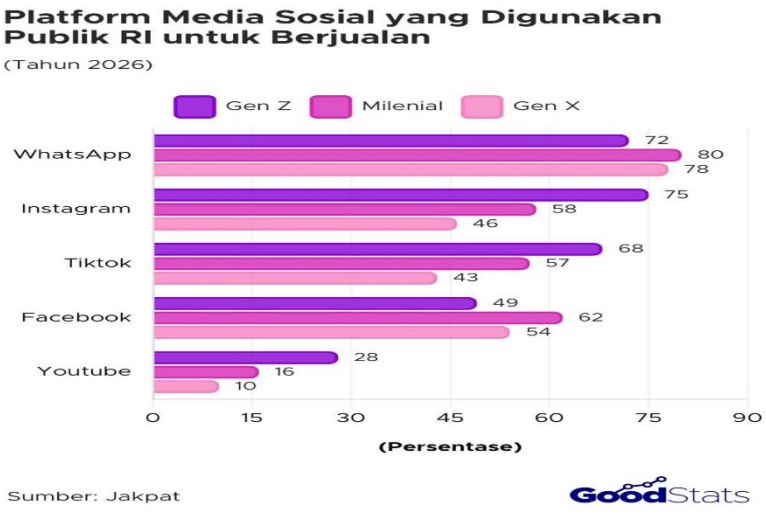
Melihat perkembangan tren tersebut, industri fashion lokal di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat. Banyak brand fashion lokal mulai bermunculan dengan konsep dan identitas yang berbeda untuk menarik perhatian konsumen. Persaingan bisnis fashion yang semakin tinggi membuat setiap brand harus mampu menciptakan inovasi produk, strategi pemasaran digital yang menarik, serta kualitas produk yang baik agar dapat bertahan di pasar. Konsumen saat ini tidak hanya memperhatikan desain produk, tetapi juga mempertimbangkan kenyamanan bahan, kualitas jahitan, harga, hingga pengalaman berbelanja yang diberikan oleh sebuah brand.

Louloudi hadir sebagai brand fashion lokal yang mengusung konsep coquette aesthetic dengan menghadirkan produk pakaian yang feminin, cantik, dan nyaman digunakan sehari-hari. Louloudi fokus menyediakan pakaian untuk perempuan muda yang ingin tampil estetik namun tetap nyaman digunakan dalam berbagai aktivitas. Dalam proses pengembangan bisnis, Louloudi tidak hanya memperhatikan tampilan visual produk, tetapi juga mengutamakan kualitas bahan

dan kenyamanan konsumen. Pemilihan bahan yang ringan dan nyaman menjadi salah satu perhatian utama karena menyesuaikan dengan kondisi iklim tropis di Indonesia.

Selain fokus pada kualitas produk, Louloudi juga membangun identitas brand melalui visual branding yang konsisten. Penggunaan warna pastel, elemen pita, bunga, dan nuansa feminin menjadi ciri khas utama yang ditampilkan dalam media sosial maupun desain produk Louloudi. Branding yang konsisten dilakukan agar konsumen lebih mudah mengenali karakter brand dan membedakan Louloudi dengan brand fashion lainnya. Dalam hal ini, media sosial menjadi salah satu sarana yang sangat penting dalam membangun awareness dan meningkatkan interaksi dengan konsumen.

Sebagai brand fashion yang berkembang di era digital, Louloudi memanfaatkan TikTok, Instagram, Shopee, dan TikTok Shop sebagai media utama dalam pemasaran produk. Konten media sosial dibuat secara menarik dan estetik untuk menyesuaikan minat target pasar generasi Z. Selain melakukan promosi produk, Louloudi juga membuat konten inspirasi outfit, styling fashion, hingga video behind the scenes produksi untuk meningkatkan engagement dengan konsumen. Strategi digital marketing tersebut dilakukan karena media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan pembelian masyarakat saat ini.



Gambar 1.1.4 data media sosial yang digunakan publik RI untuk berjualan

Sumber : Goodstats

Dalam proses pengembangan bisnis Louloudi, penulis memiliki peran sebagai Chief Executive Officer (CEO) yang bertanggung jawab dalam mengatur jalannya bisnis secara keseluruhan. Penulis memiliki tanggung jawab dalam menentukan strategi pemasaran, mengawasi proses produksi, melakukan evaluasi perkembangan bisnis, serta memastikan seluruh kegiatan operasional berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. Selain itu, penulis juga berperan dalam mengatur koordinasi antar anggota tim agar setiap divisi dapat bekerja secara efektif dan terarah.

Sebagai CEO, penulis juga terlibat langsung dalam proses pengembangan produk mulai dari riset tren fashion, pemilihan desain, penentuan bahan, hingga proses pembuatan sampel produk. Penulis melakukan evaluasi terhadap kualitas produk seperti detail jahitan, kenyamanan bahan, ukuran pakaian, serta kesesuaian desain dengan konsep brand yang telah direncanakan. Hal tersebut dilakukan agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam mengambil keputusan bisnis yang berkaitan dengan pengembangan brand dan strategi penjualan.

Selama menjalankan program magang di Skystar Ventures Universitas Multimedia Nusantara, penulis memperoleh banyak pengalaman dan pengetahuan baru mengenai pengembangan bisnis startup. Program mentoring dan workshop bisnis yang diberikan membantu penulis memahami pentingnya strategi pemasaran digital, pengelolaan keuangan, branding, serta customer relationship dalam menjalankan sebuah bisnis. Penulis juga memperoleh pengalaman mengenai bagaimana cara menghadapi tantangan bisnis, bekerja sama dalam tim, serta menyusun strategi pengembangan bisnis secara lebih terstruktur.

Melalui kegiatan magang dan pengembangan bisnis Louloudi, penulis mendapatkan pengalaman secara langsung mengenai proses membangun bisnis fashion dari tahap awal hingga pemasaran produk kepada konsumen. Pengalaman tersebut memberikan pemahaman bahwa membangun sebuah bisnis tidak hanya membutuhkan kreativitas dalam menciptakan produk, tetapi juga membutuhkan kemampuan komunikasi, leadership, problem solving, dan pengambilan keputusan yang baik. Oleh karena itu, kegiatan magang ini diharapkan dapat menjadi sarana bagi penulis untuk mengembangkan kemampuan profesional sekaligus menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia bisnis secara nyata.

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang ini merupakan salah satu syarat kelulusan program sarjana (S1) di Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Program magang ini merupakan bagian dari kegiatan Professional Skill Enhancement Program (PROSTEP), melalui kegiatan ini penulis diberikan kesempatan untuk mendapatkan pengalaman dalam dunia kerja bisnis, terutama dalam membangun dan mengembangkan startup atau bisnis. Dalam program magang ini, selain untuk memenuhi kewajiban akademik magang ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan untuk melanjutkan dan mengembangkan bisnis yang telah dibangun dalam program Professional Skill Enhancement Program (PROSTEP) yaitu brand fashion feminism bernama Louloudi.

Program kerja magang ini sangat penting bagi penulis karena dapat menjadi kesempatan bagi penulis untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam membangun bisnis. Dalam menjalani perkuliahan, penulis mempelajari berbagai pembelajaran yang penting untuk membangun bisnis seperti manajemen bisnis, pengelolaan keuangan, operasional bisnis, strategi pemasaran, kewirausahaan, dan strategi pengembangan bisnis. Melalui program magang ini, penulis mendapat pengalaman secara langsung bagaimana menjalankan bisnis fashion lokal, penulis juga memahami tantangan dalam dunia berbisnis mulai dari prencanaan bisnis, pengambilan keputusan, pengelolaan tim, dan menghadapi persaingan pasar yang terus berkembang.

Tujuan utama dari kerja magang di Skystar Ventures ada;ah untuk mengembangkan bisnis fashion Louloudi agar dapat berkembang menjadi brand fashion lokal yang dikenal oleh masyarakat luas dan dapat bersaing di market Indonesia. Louloudi merupakan brand fashion Wanita dengan konsep coquette feminim, yaitu gaya berpakaian yang menonjolkan sisi feminim dan lembut. Brand Louloudi hadir karena masih sedikit brand lokal Indonesia yang memiliki konsep coquette aesthetic, sementara itu banyak minat Wanita Indonesia terhadap pakaian

bergaya coquette dan jika berbelanja produk pakaian coquette di luar negeri memiliki harga yang mahal dan membutuhkan waktu pengiriman yang lama. Oleh karena itu, Louloudi hadir menjadi Solusi bagi Wanita Indonesia yang ingin tampil feminism dan estetik dengan pakaian yang nyaman, berkualitas, dan tetap terjangkau.

Dalam proses mengembangkan Louloudi, penulis memiliki tujuan untuk menciptakan produk fashion yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga nyaman digunakan dalam aktivitas sehari hari. Louloudi menggunakan bahan katun premium yang adem dan nyaman dikenakan di iklim tropis Indonesia, penulis juga memperhatikan bahan detail seperti lace dan ruffle yang lembut agar tidak menyebabkan rasa gatal pada kulit. Produk Louloudi juga dirancang untuk dapat dikenakan dalam kegiatan sehari hari dan acara semi formal. Dengan demikian, produk louloudi tidak hanya memberikan visual yang estetik tetapi juga memberikan kenyamanan bagi konsumen. Melalui program magang ini, penulis dapat meningkatkan kemampuan dalam memimpin dan mengelola bisnis. Dengan posisi penulis sebagai Chief Executive Officer (CEO) Louloudi, penulis dapat belajar bagaimana cara mempimpin sebuah brand fashion, menjalankan dan mengembangkan usaha, mengatur strategi bisnis, mengkoordinasi berbagai divisi yakni marketing, finance, dan operasional agar dapat bekerja secara efisien dan sesuai tujuan bisnis. Penulis juga belajar bagaimana mengambil keputusan berdasarkan kondisi pasar, kebutuhan konsumen, dan kemampuan Perusahaan.

Dalam magang ini, penulis meningkatkan kemampuan dalam Menyusun strategi pemasaran agar dapat bersaing di industri fashion yang sedang berkembang dengan tren yang cepat berubah. Penulis juga belajar menentukan target market, memahami perilaku konsumen, membangun branding usaha, serta menggunakan media sosial Tiktok dan Instagram sebagai tempat promosi utama. Dengan digital marketing, penulis memahami bahwa pentingnya membangun identitas brand yang kuat agar dapat lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas, terutama generasi muda yang menyukai fashion coquette aesthetic.

Dengan adanya bimbingan dari mentor dan Skystar Ventures, penulis berharap dapat memperoleh wawasan dan masukan untuk mengembangkan Louloudi agar dapat bersaing di pasar dan menjadi bisnis yang sukses. Penulis juga mendapatkan evaluasi yang penting untuk mengembangkan bisnis, mulai dari pengembangan produk, pemasaran, pengelolaan keuangan, dan pengelolaam operasional agar Louloudi dapat terus berkembang dan dapat bersaing di pasar fashion lokal maupun internasional. Dalam program magang ini, penuylis berharap dapat menjadi pribadi yang kreatif dan professional dalam menjalankan bisnis. Penulis juga berharap Louloudi dapat terus berkembang menjadi brand fashion coquette lokal yang dikenal luas dan sesuai dengan kebutuhan wanita Indonesia.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang ini dilaksanakan sesuai dengna ketentuan dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang mewajibkan penulis memenuhi total jam kerja magang minimal 640 jam dibawah pengawasan supervisor dan total jam kerja penyusunan laporan magang minimal 207 jam dibawah bimbingan advisor.ketentuan yang telah ditetapkan ini membantu penulis untuk memperoleh pengalaman kerja nyata dan juga mampu menysuun laporan magang yang baik berdasarkan pengalaman, pembelajaran dari program magang dan bimbingan dari supervisor dan advisor. Pelaksanaan kerja magang di Skystar Ventures dimulai dari awal Februari 2026 – Juni 2026. Pelaksanaan kerja magang dilakukan dengan jadwal berkantor hari senin dan selasa di pukul 09.00 – 17.00, dan jadwal bekerja diluar kantor hari rabu – minggu dengan jam kerja efektif di pukul 08.00 – 18.00. jadwal bekerja di luar kantor memberikan fleksibilitas kepada penulis dan tim agar tetap produktif dalam menjalankan bisnis.

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis menjalankan tugas nya sebagai Chief Executive Officer (CEO) Louloudi dengan bimbingan dari supervisor dan advisor. Dalam program magang ini, penulis diberi kebebasan dalam mengatur jadwal kerja agar dapat disesuaikan dengan tim dan membantu perkembangan bisnis, kebebasan tersebut membantu penulis belajar mengenai manajemen waktu, serta kemampuan dalam memimpin tim, penulis juga membuat planner kerja bulanan untuk semua divisi agar pekerjaan yang akan dilakukan tertata rapi dan membantu perkembangan bisnis. Penulis juga melakukan mentoring bersama mentor dan mengikuti workshop yang telah disediakan Skystar Ventures yang berguna untuk mengembangkan bisnis. Sesi-sesi workshop memberikan Pelajaran mengenai strategi marketing, keuangan, dan operasional guna membantu membangun bisnis.

Selain menjalankan kegiatan operasional bisnis, penulis juga bertanggung jawab dalam melakukan pengawasan terhadap perkembangan setiap divisi di Louloudi. Penulis melakukan koordinasi secara rutin dengan anggota tim untuk memastikan seluruh pekerjaan berjalan sesuai target yang telah ditentukan. Dalam proses tersebut, penulis belajar mengenai pentingnya komunikasi yang baik dalam sebuah tim agar setiap anggota dapat memahami tugas dan tanggung jawab masing-masing. Penulis juga melakukan evaluasi mingguan untuk mengetahui perkembangan pekerjaan, hambatan yang dihadapi, serta solusi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas kerja tim.

Sebagai CEO, penulis memiliki tanggung jawab dalam menentukan arah pengembangan bisnis Louloudi. Penulis melakukan riset tren fashion dan perilaku konsumen untuk memahami kebutuhan target pasar yang terus berkembang. Riset tersebut dilakukan melalui media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Pinterest untuk mengetahui tren fashion yang sedang diminati oleh generasi muda. Selain itu, penulis juga melakukan analisis terhadap kompetitor untuk memahami strategi pemasaran, konsep produk, serta peluang yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan bisnis Louloudi. Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis juga terlibat langsung dalam proses pembuatan dan pengembangan produk. Penulis bekerja sama dengan divisi operasional dan pihak konveksi dalam menentukan desain produk, pemilihan bahan, hingga proses produksi sampel. Setelah sampel selesai dibuat, penulis melakukan pengecekan kualitas produk mulai dari ukuran pakaian, detail jahitan, kenyamanan bahan, hingga kesesuaian desain dengan konsep brand Louloudi. Jika ditemukan kekurangan dalam produk, penulis melakukan revisi dan komunikasi kembali dengan pihak produksi agar hasil produk sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan.

Selain fokus pada pengembangan produk, penulis juga berperan dalam menentukan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan brand awareness dan penjualan produk Louloudi. Penulis bersama tim marketing menyusun strategi konten media sosial yang disesuaikan dengan target pasar generasi Z. Konten yang dibuat tidak hanya berfokus pada promosi produk, tetapi juga memberikan inspirasi outfit, styling fashion, serta visual aesthetic yang sesuai dengan identitas brand Louloudi. Penulis juga melakukan evaluasi terhadap performa media sosial dan marketplace untuk mengetahui efektivitas strategi pemasaran yang telah dilakukan.

Selama menjalankan program magang di Skystar Ventures, penulis memperoleh banyak pengalaman baru mengenai dunia bisnis startup dan pengembangan usaha fashion. Penulis belajar bahwa membangun bisnis tidak hanya membutuhkan kreativitas dalam menciptakan produk, tetapi juga membutuhkan kemampuan manajemen, leadership, komunikasi, serta problem solving yang baik. Penulis juga memahami pentingnya kerja sama tim dalam mencapai tujuan bisnis dan menjaga perkembangan usaha agar tetap berjalan secara konsisten. Melalui kegiatan mentoring bersama mentor bisnis, penulis memperoleh berbagai masukan dan evaluasi yang membantu dalam pengembangan bisnis Louloudi. Mentor memberikan arahan mengenai strategi pemasaran digital, pengelolaan keuangan bisnis, pengembangan produk, hingga cara meningkatkan value brand di mata konsumen. Selain itu, workshop yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures juga membantu penulis memahami bagaimana cara menyusun business plan, menentukan target market, melakukan branding, serta membangun customer relationship yang baik.

Pengalaman selama pelaksanaan kerja magang memberikan banyak pembelajaran bagi penulis, baik dalam aspek akademik maupun profesional. Penulis dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam dunia kerja secara langsung, khususnya dalam bidang bisnis dan manajemen. Selain itu, kegiatan magang juga membantu penulis meningkatkan kemampuan berpikir kritis, mengambil keputusan, serta beradaptasi dalam menghadapi berbagai tantangan yang muncul selama proses pengembangan bisnis berlangsung.

Dengan adanya program kerja magang ini, penulis berharap dapat memperoleh pengalaman dan pengetahuan yang bermanfaat sebagai bekal untuk menghadapi dunia kerja maupun mengembangkan bisnis di masa depan. Penulis juga berharap pengalaman yang diperoleh selama menjalankan bisnis Louloudi dapat menjadi proses pembelajaran yang membantu meningkatkan kemampuan profesional, khususnya dalam bidang entrepreneurship, manajemen bisnis, dan pengembangan industri fashion lokal di Indonesia.