

LAPORAN PROJECT INDUSTRI

GALERY AMOERA



Nama : Amroh Elvi Nur Afifah

NIM : 19510032

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS DARUL

ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI

UNDARIS

2026

LEMBAR EKSEKUTIF

Nama : Amroh Elvi Nur Afifah
NIM : 19510032
Program Studi : Manajemen Keuangan
Judul : Pengaruh *Live Streaming* dalam Meningkatkan
Penjualan
Produk *Online Shop* (Studi pada Galery Amoera)

HALAMAN PENGESAHAN

Disusun Oleh :

Amroh Elvi Nur Afifah

19510032

Grobogan, 25 Mei 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Nurmiyati, SE., MM

NIP.18100303730205



Nunuk Supraptini, S.E., M.M

NIP. 98031408660096

Mengetahui,

**Ketua Program Study Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS**



Pitaloka Dharma Ayu, S.E., M.B.A

NIP. 18101702880206

LEMBAR PENGESAHAN
SEMINAR PROJECT INDUSTRI

Nama : Amroh Elvi Nur Afifah

NIM : 19510032

Jurusan : Manajemen Keuangan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Laporan : Pengaruh *live streaming* dalam meningkatkan penjualan produk
online shop (Studi Pada Galery Amoera)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratanyang diperlukan untuk memperoleh nilai akhir mata kuliah Project Industri Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDARIS

Menyetujui,

Tempat Project



Yuyun Evawati

Dosen Penguji



M. Arif Rahman, SE.,ME

NIP. 19111406870215

Mengetahui,

Ketua Program Study Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDARIS



Pitaloka Dharma Ayu, S.E., M.B.A

NIP. 18101702880206

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan laporan yang berjudul “Pengaruh *Live Streaming* dalam Meningkatkan Penjualan Produk *Online Shop*” dengan baik dan tepat waktu.

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas akhir. Dalam penyusunan laporan ini, saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, laporan ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan.
2. Orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan.
3. Teman teman yang telah membantu dalam proses penyusunan laporan ini.
4. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Saya menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Grobogan, 25 Mei 2026

Amroh Elvi Nur Afifah

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SEMINAR PROJECT INDUSTRI	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Project Industri	1
B. Maksud Dan Tujuan Project Industri.....	1
C. Kegunaan Project Industri	3
D. Tempat Project Industri	5
E. Jadwal Waktu Project Industri.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN UMUM TEMPAT PROJECT INDUSTRI.....	7
A. Sejarah Perusahaan	7
B. Struktur Organisasi	8
C. Kegiatan Umum Perusahaan	10

BAB III	14
PELAKSANAAN PROJECT INDUSTRI.....	14
A. Bidang Kerja.....	14
B. Prosedur Pelaksanaan Kerja.....	16
C. Kendala yang Dihadapi	18
D. Solusi yang Diberikan.....	20
KESIMPULAN	22
A. Kesimpulan	22
B. Saran	23
DAFTAR PUSTAKA	25
FORMULIR PENILAIAN PROJECT INDUSTRI	27
LAMPIRAN	29

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Project Industri

Perkembangan teknologi digital dan internet memberikan dampak besar terhadap perkembangan dunia bisnis, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan manajemen keuangan. Pelaku usaha dituntut mampu menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan penjualan produk (Pratama & Hidayat, 2022). Salah satu strategi pemasaran digital yang berkembang pesat adalah *live streaming* melalui media sosial dan *marketplace* seperti TikTok Shop (Rahmayanti & Dermawan, 2023).

Dalam ilmu manajemen pemasaran, *live streaming* menjadi media promosi yang efektif karena mampu membangun komunikasi langsung dengan konsumen secara *real time*. Kegiatan ini membantu perusahaan meningkatkan minat beli konsumen, memperluas pasar, serta meningkatkan loyalitas pelanggan (Mausul & Ma'mun, 2024). Selain itu, strategi *live streaming* juga mampu meningkatkan efektivitas penjualan produk fashion online (Sari & Nugroho, 2021).

Selain berkaitan dengan manajemen pemasaran, kegiatan *live streaming* juga berkaitan dengan manajemen keuangan karena peningkatan penjualan akan memengaruhi pendapatan usaha dan keuntungan perusahaan. Pengelolaan transaksi, pencatatan penjualan, serta pengendalian

biaya operasional menjadi bagian penting dalam menjaga stabilitas keuangan usaha (Kurniawan, 2021).

Galery Amoera merupakan usaha di bidang fashion wanita yang memanfaatkan live streaming sebagai strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, project industri ini dilakukan untuk memahami penerapan manajemen pemasaran dan manajemen keuangan dalam kegiatan penjualan online melalui *live streaming*.

B. Maksud Dan Tujuan Project Industri

1. Maksud Project Industri

Maksud dari pelaksanaan project industri ini adalah untuk memahami secara langsung penerapan manajemen pemasaran dan manajemen keuangan dalam kegiatan penjualan produk *fashion* melalui media digital, khususnya melalui fitur *live streaming* pada TikTok Shop. Kegiatan ini bertujuan untuk mengobservasi bagaimana strategi pemasaran digital secara interaktif dapat meningkatkan keterlibatan konsumen serta efektivitas penjualan produk secara *online*. Selain itu, *project* ini dimaksudkan untuk memperluas pengalaman kerja serta mengasah keterampilan praktis dalam bidang pemasaran digital, komunikasi bisnis, dan pengelolaan operasional usaha. Melalui rangkaian kegiatan ini, diharapkan mahasiswa dapat memahami pentingnya sinkronisasi antara strategi promosi yang inovatif dengan pengelolaan keuangan yang tepat

demi menjaga keberlangsungan serta perkembangan bisnis di ekosistem digital

2. Tujuan *Project* Industri

Tujuan dari pelaksanaan *project* industri ini adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Akademis: Memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana (S1) Manajemen FEB UNDARIS.
2. Tujuan Operasional: Menganalisis penerapan strategi *live streaming* dalam meningkatkan minat beli konsumen pada produk *fashion*.
3. Tujuan Analisis: Menjelaskan pengaruh kegiatan pemasaran digital terhadap peningkatan volume penjualan.
4. Tujuan Pengembangan: Mengidentifikasi pentingnya pelayanan pelanggan dan strategi promosi dalam membangun loyalitas konsumen.
5. Tujuan Praktis: Mengembangkan keterampilan komunikasi, *public speaking*, dan pengalaman kerja nyata dalam pengelolaan bisnis online.

C. Kegunaan *Project* Industri

1. Bagi Mahasiswa

Project industri ini berguna untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa dalam menerapkan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran dan manajemen keuangan, ke dalam dunia kerja secara nyata. Melalui kegiatan *live streaming*, mahasiswa dapat memahami strategi pemasaran digital, pengelolaan penjualan, pelayanan pelanggan, serta pengelolaan transaksi usaha online (Putri & Anggraini, 2020).

2. Bagi Perusahaan / *Online Shop*

Project industri ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menerapkan strategi manajemen pemasaran melalui *live streaming* untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, kegiatan ini juga mendukung pengelolaan operasional dan pengendalian penjualan sebagai bagian dari penerapan manajemen keuangan usaha (Ramadhan & Fitriani, 2022).

3. Bagi Institusi / Kampus

Project industri ini dapat menjadi sarana bagi institusi untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu manajemen pemasaran, manajemen keuangan, dan manajemen operasional dalam kegiatan bisnis digital secara langsung. Selain itu, kegiatan ini juga dapat memperkuat kerja sama antara dunia pendidikan dan dunia industri (Fauzi & Rahman, 2021).

4. Bagi Penulis

Project industri ini berguna untuk menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam menerapkan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran dan manajemen keuangan, pada kegiatan bisnis *online*. Penulis dapat memahami strategi pemasaran digital dalam meningkatkan minat beli konsumen, pengelolaan penjualan, pelayanan pelanggan, serta pentingnya pengelolaan keuangan usaha dalam menjaga perkembangan bisnis *online* (Kurniawan, 2021). Selain itu, kegiatan ini juga membantu penulis meningkatkan kemampuan

komunikasi, *public speaking*, dan keterampilan pemasaran digital yang dibutuhkan dalam dunia kerja dan bisnis modern (Andini, 2022).

D. Tempat Project Industri

Online Shop Galery Amoera – Penjualan Produk Fashion melalui TikTok Shop. *Project* industri ini dilaksanakan pada sebuah *online shop* yang bergerak di bidang penjualan produk *fashion* secara *online*. Kegiatan penjualan dilakukan melalui platform media sosial dan *marketplace* yang menyediakan fitur *live streaming*, seperti TikTok Shop. Dalam kegiatan ini, penulis berperan sebagai *host live streaming* yang bertugas mempromosikan produk *fashion* kepada konsumen secara langsung.

Kegiatan *live streaming* dilakukan secara *online* dengan menampilkan berbagai produk *fashion* seperti *dress*, tunik, dan pakaian wanita lainnya. Melalui kegiatan ini, penulis melakukan promosi produk, menjelaskan detail produk, serta berinteraksi dengan konsumen yang menonton *live streaming*.

E. Jadwal Waktu Project Industri

Jangka waktu waktu pelaksanaan *Project* Industri adalah 4 (empat) sampai dengan 8 (delapan) minggu.

NO	Tahapan Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Durasi
1.	Persiapan	22-28 Februari	1 Minggu
2.	Perencanaan	29 Februari - 1 Maret 2026	2-3 Hari
3.	Pelaksanaan	30 Maret – 30 April	1 Bulan
4.	Evaluasi	31 Maret – 2 April 2026	2-3 Hari

5.	Penyusunan laporan	3 April – 3 Mei	1 Bulan
----	--------------------	-----------------	---------

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PROJECT INDUSTRI

A. Sejarah Perusahaan

Galery Amoera merupakan usaha yang bergerak di bidang *fashion* wanita yang didirikan pada tanggal 17 Maret 2023 (Profil Galery Amoera, 2023). Perusahaan ini menjalankan kegiatan usaha dalam bidang penjualan produk *fashion* secara *online* dengan memanfaatkan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana pemasaran digital. Perkembangan teknologi dan internet memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menerapkan strategi manajemen pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar (Pratama & Hidayat, 2022).

Sejak awal berdiri, Galery Amoera fokus pada penjualan berbagai produk *fashion* wanita seperti *dress*, tunik, dan pakaian wanita lainnya yang mengikuti tren pasar serta kebutuhan konsumen. Dalam menjalankan usahanya, Galery Amoera menerapkan strategi pemasaran melalui *live streaming* pada platform TikTok Shop untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen dan membangun minat beli pelanggan (Ramadhan & Fitriani, 2022).

Penerapan *live streaming* sebagai bagian dari manajemen pemasaran dinilai efektif dalam meningkatkan penjualan produk *fashion online* karena memungkinkan penjual berkomunikasi secara langsung dengan konsumen, menjelaskan detail produk, serta memberikan promo secara *real time* (Sari

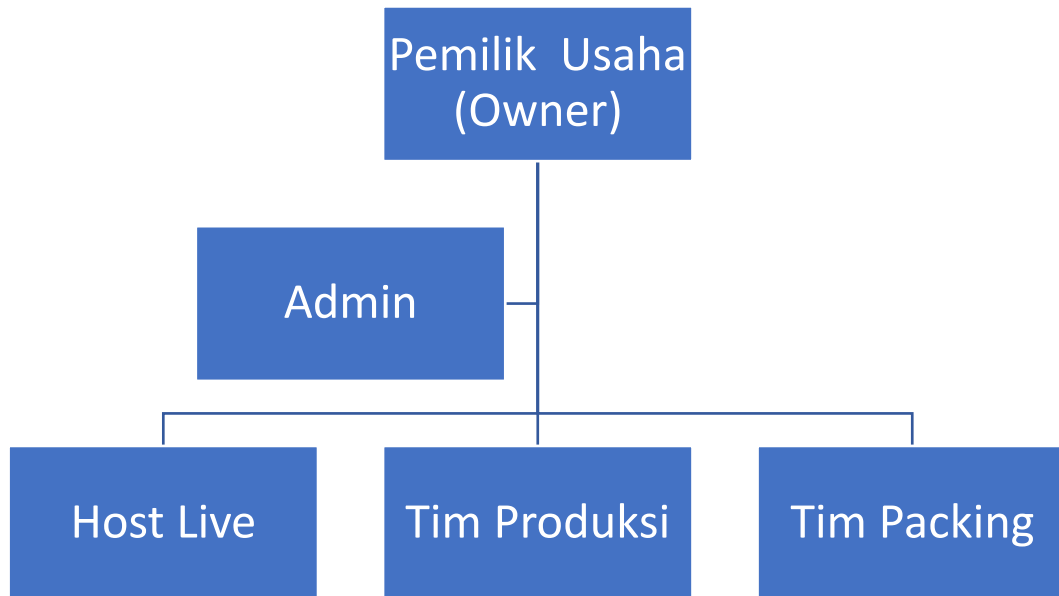
& Nugroho, 2021). Selain itu, Galery Amoera juga menerapkan pengelolaan pelayanan pelanggan dan transaksi penjualan sebagai bagian dari penerapan manajemen operasional dan manajemen keuangan usaha (Kurniawan, 2021).

Hingga saat ini, Galery Amoera terus berkembang dengan mengutamakan pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif kepada pelanggan. Perusahaan juga terus meningkatkan strategi pemasaran digital dan pengelolaan usaha untuk menjaga keberlangsungan bisnis serta meningkatkan pendapatan usaha secara berkelanjutan (Fauzi & Rahman, 2021).

B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi pada Galery Amoera disusun untuk memperjelas alur koordinasi dan pembagian tanggung jawab kerja guna mendukung efektivitas operasional usaha, terutama dalam aktivitas penjualan melalui platform digital.

Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi Galery Amoera



Adapun uraian tugas (*job description*) dari masing-masing bagian di Galery

Amoera adalah sebagai berikut :

1. Pemilik Usaha (Owner)

Fungsi: Manajemen Puncak (*Top Management*).

Tanggung Jawab: Mengelola seluruh kegiatan usaha, mengambil keputusan strategis, menyusun manajemen pemasaran, serta melakukan pengawasan terhadap pengelolaan keuangan dan operasional perusahaan.

2. Admin

Fungsi: Administrasi & *Customer Relation*.

Tanggung Jawab: Mengelola pesanan pelanggan, membalas chat konsumen secara responsif, mencatat transaksi penjualan, serta membantu pengelolaan data sebagai bagian dari manajemen keuangan usaha.

3. *Host Live Streaming*

Fungsi: Pemasaran Digital & Penjualan.

Tanggung Jawab: Mempromosikan produk secara langsung melalui TikTok Shop dan media sosial lainnya guna meningkatkan minat beli konsumen sesuai dengan penerapan manajemen pemasaran digital (Ramadhan & Fitriani, 2022).

4. *Tim Produksi*

Fungsi: Manajemen Operasional.

Tanggung Jawab: Melaksanakan proses penjahitan dari bahan mentah menjadi barang jadi, melakukan pengecekan kualitas barang (*Quality Control*), serta mengelola stok produk untuk memastikan ketersediaan barang siap dipromosikan (Kurniawan, 2021).

5. *Tim Packing*

Fungsi: Logistik & Distribusi.

Tanggung Jawab: Mengemas dan menyiapkan produk sebelum dikirim kepada konsumen dengan tujuan menjaga kualitas produk dan kepuasan pelanggan sebagai bagian dari manajemen operasional.

C. Kegiatan Umum Perusahaan

Kegiatan umum perusahaan merupakan seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan operasional usaha untuk mencapai tujuan bisnis. Dalam ilmu manajemen, kegiatan perusahaan mencakup manajemen pemasaran, manajemen operasional, serta

manajemen keuangan yang saling berkaitan dalam mendukung perkembangan usaha (Kurniawan, 2021).

Adapun kegiatan umum yang dilakukan di Galery Amoera meliputi pengadaan produk fashion wanita seperti dress, tunik, dan pakaian wanita lainnya yang mengikuti tren dan kebutuhan konsumen. Kegiatan ini termasuk dalam manajemen operasional karena berkaitan dengan pengelolaan produk dan persediaan barang untuk memenuhi permintaan pasar.

Selain itu, Galery Amoera melakukan kegiatan pemasaran digital melalui media sosial dan TikTok Shop dengan memanfaatkan fitur live streaming untuk menarik minat konsumen. Strategi live streaming digunakan sebagai bagian dari manajemen pemasaran untuk meningkatkan interaksi pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan produk (Ramadhan & Fitriani, 2022).

Galery Amoera juga melakukan kegiatan pembuatan konten digital pada akun TikTok sebagai bagian dari strategi manajemen pemasaran digital. Konten yang dibuat berupa video promosi produk, video tren fashion, informasi produk, serta konten interaktif untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan *engagement* pada media sosial. Pembuatan konten dilakukan secara rutin agar produk lebih dikenal oleh masyarakat luas dan mampu meningkatkan minat beli konsumen (Pratama & Hidayat, 2022).

Dalam kegiatan pelayanan pelanggan, Galery Amoera memberikan pelayanan secara online melalui chat marketplace dan media sosial dengan memberikan informasi produk, menjawab pertanyaan konsumen, serta membantu proses pemesanan. Pelayanan pelanggan yang baik menjadi bagian penting dalam manajemen pemasaran untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen (Wijaya, 2023).

Perusahaan juga melakukan pengelolaan transaksi penjualan, pencatatan pembayaran, dan pemantauan pendapatan usaha. Kegiatan ini termasuk dalam penerapan manajemen keuangan karena berkaitan dengan pengelolaan arus kas dan pendapatan perusahaan agar kegiatan usaha dapat berjalan dengan baik (Fauzi & Rahman, 2021).

Setelah pesanan diterima, produk akan diproses oleh tim packing untuk dikemas dan dikirim kepada konsumen melalui jasa ekspedisi. Kegiatan ini merupakan bagian dari manajemen operasional untuk menjaga kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Selain itu, Galery Amoera melakukan evaluasi terhadap hasil penjualan, performa live streaming, dan efektivitas konten pemasaran untuk mengetahui strategi yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan produk. Evaluasi tersebut dilakukan sebagai bagian dari penerapan ilmu manajemen untuk mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan (Sari & Nugroho, 2021).

Melalui kegiatan-kegiatan tersebut, Galery Amoera berusaha menerapkan ilmu manajemen dalam bidang pemasaran, operasional, dan

keuangan untuk meningkatkan penjualan, menjaga kualitas pelayanan, serta mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan.

BAB III

PELAKSANAAN PROJECT INDUSTRI

A. Bidang Kerja

Bidang kerja yang dianalisis dalam pelaksanaan Project Industri ini adalah bidang manajemen pemasaran digital, khususnya pada *kegiatan live streaming* dan pembuatan konten promosi di Galery Amoera yang bergerak di bidang penjualan *fashion* wanita secara online. Kegiatan ini berfokus pada strategi pemasaran produk melalui media sosial dan *marketplace* seperti TikTok Shop untuk meningkatkan minat beli konsumen dan penjualan produk (Utami & Lestari, 2023).

Dalam kegiatan ini, penulis menempati posisi sebagai *Host Live Streaming* yang memiliki tugas mempromosikan produk secara langsung kepada konsumen melalui *live streaming*. Selain melakukan *live streaming*, penulis juga terlibat dalam pembuatan konten promosi pada akun TikTok sebagai bagian dari strategi manajemen pemasaran digital untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan engagement media sosial (Pratama & Hidayat, 2022).

Sebagai *host live streaming*, penulis bertanggung jawab menjelaskan detail produk seperti model, bahan, ukuran, harga, dan warna produk kepada konsumen secara *real time*. Selain itu, penulis juga melakukan interaksi dengan pelanggan melalui komentar dan pertanyaan selama *live*

berlangsung untuk meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen (Ramadhan & Fitriani, 2022).

Kegiatan tersebut tidak hanya berkaitan dengan manajemen pemasaran, tetapi juga berhubungan dengan manajemen keuangan karena peningkatan penjualan melalui *live streaming* dapat memengaruhi pendapatan dan perkembangan usaha *online*. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang baik sangat diperlukan untuk meningkatkan efektivitas penjualan dan keuntungan perusahaan (Fauzi & Rahman, 2021).

1. Tugas Pokok dan Fungsi (Tupoksi) meliputi:

Dalam pelaksanaan Project Industri di Galery Amoera, praktikan memiliki tugas pokok dan fungsi dalam bidang manajemen pemasaran digital, khususnya pada kegiatan *live streaming* dan promosi produk fashion online. Adapun tugas pokok dan fungsi praktikan sebagai berikut:

- a. Membawakan *live streaming* sesuai jadwal yang telah ditentukan sebagai bagian dari strategi manajemen pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk (Ramadhan & Fitriani, 2022).
- b. Menjelaskan detail produk *fashion* wanita seperti model, bahan, ukuran, warna, dan harga produk kepada konsumen secara jelas dan menarik.
- c. Memperagakan produk selama *live streaming* agar konsumen dapat melihat kualitas dan bentuk produk secara langsung sehingga meningkatkan minat beli pelanggan.

- d. Berinteraksi aktif dengan audiens melalui komentar dan pertanyaan untuk meningkatkan komunikasi pemasaran dan kepercayaan konsumen (Utami & Lestari, 2023).
- e. Memberikan informasi promo, diskon, dan penawaran menarik kepada pelanggan sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk (Wijaya, 2023).
- f. Membantu pembuatan konten promosi pada akun TikTok untuk meningkatkan *engagement* media sosial dan memperluas jangkauan pasar (Pratama & Hidayat, 2022).
- g. Berkoordinasi dengan admin dan tim *packing* terkait pesanan pelanggan agar proses pelayanan dan pengiriman produk berjalan dengan baik sebagai bagian dari manajemen operasional usaha.
- h. Membantu meningkatkan penjualan dan pendapatan usaha melalui penerapan strategi pemasaran digital yang efektif sehingga mendukung pengelolaan usaha dan perkembangan bisnis online (Fauzi & Rahman, 2021).

B. Prosedur Pelaksanaan Kerja

Prosedur pelaksanaan kerja merupakan tahapan kegiatan yang dilakukan selama pelaksanaan *Project* Industri di Galery Amoera. Dalam kegiatan ini, prosedur kerja berkaitan dengan penerapan manajemen pemasaran digital, manajemen operasional, dan manajemen keuangan dalam mendukung kegiatan penjualan produk *fashion online* (Kurniawan, 2021).

1. Persiapan Sebelum Live Streaming

Sebelum kegiatan *live streaming* dimulai, praktikan melakukan persiapan produk *fashion* yang akan dipromosikan seperti *dress*, tunik, dan pakaian wanita lainnya. Praktikan juga mempelajari detail produk meliputi bahan, ukuran, warna, harga, dan kualitas produk agar dapat memberikan informasi yang jelas kepada konsumen saat *live* berlangsung.

Selain itu, praktikan menyiapkan peralatan pendukung seperti *ring light*, tripod, *handphone*, dan koneksi internet yang stabil agar kegiatan *live streaming* berjalan dengan lancar. Praktikan juga menentukan konsep dan strategi *live streaming* untuk menarik perhatian audiens sebagai bagian dari penerapan manajemen pemasaran digital (Ramadhan & Fitriani, 2022).

2. Pelaksanaan Saat *Live Streaming*

Pada saat *live streaming* berlangsung, praktikan membuka *live* dengan sapaan yang menarik untuk membangun interaksi dengan audiens. Selanjutnya, praktikan memperagakan produk serta menjelaskan detail produk secara jelas dan komunikatif agar konsumen lebih memahami produk yang ditawarkan.

Praktikan juga aktif berinteraksi dengan penonton melalui komentar dan pertanyaan selama *live* berlangsung untuk meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen (Utami & Lestari, 2023). Selain itu, praktikan memberikan informasi promo, diskon, dan penawaran khusus

sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk (Wijaya, 2023).

Selain kegiatan *live streaming*, praktikan juga membantu membuat konten promosi pada akun TikTok sebagai bagian dari strategi pemasaran digital untuk meningkatkan *engagement* media sosial dan memperluas jangkauan pasar (Pratama & Hidayat, 2022).

3. Kegiatan Setelah *Live Streaming*

Setelah *live streaming* selesai, praktikan melakukan evaluasi terhadap hasil *live* seperti jumlah penonton, interaksi audiens, serta jumlah penjualan produk. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan dan menjadi bahan perbaikan pada *live streaming* berikutnya (Sari & Nugroho, 2021).

Praktikan juga berkoordinasi dengan admin dan tim packing terkait pesanan pelanggan untuk memastikan proses pelayanan dan pengiriman produk berjalan dengan baik. Selain itu, kegiatan ini juga berkaitan dengan manajemen keuangan karena hasil penjualan selama *live streaming* memengaruhi pendapatan usaha dan perkembangan bisnis *online* (Fauzi & Rahman, 2021).

C. Kendala yang Dihadapi

Dalam pelaksanaan Project Industri di Galery Amoera, terdapat beberapa kendala yang dihadapi praktikan selama menjalankan kegiatan *live streaming* dan pemasaran produk *fashion online*. Kendala tersebut berkaitan

dengan penerapan manajemen pemasaran digital, manajemen operasional, serta pengelolaan kegiatan penjualan *online*:

- a. Jumlah penonton *live streaming* yang tidak stabil sehingga memengaruhi efektivitas promosi dan penjualan produk. Dalam manajemen pemasaran, jumlah audiens menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan minat beli konsumen (Sari & Nugroho, 2021).
- b. Kurangnya interaksi dari audiens selama *live streaming* berlangsung, sehingga komunikasi pemasaran tidak berjalan secara maksimal dan memengaruhi tingkat ketertarikan konsumen terhadap produk yang dipromosikan (Utami & Lestari, 2023).
- c. Gangguan jaringan internet saat *live streaming* yang menyebabkan kualitas siaran menjadi kurang stabil. Kendala ini memengaruhi kelancaran kegiatan pemasaran digital dan pelayanan kepada konsumen.
- d. Kesulitan dalam membangun suasana *live streaming* yang menarik dan interaktif, terutama dalam menarik perhatian konsumen agar tetap menonton dan melakukan pembelian produk (Andini, 2022).
- e. Persaingan dengan *host live streaming* dan *online shop* lain yang menjual produk sejenis sehingga diperlukan strategi manajemen pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif untuk meningkatkan daya saing usaha (Ramadhan & Fitriani, 2022).
- f. Kurangnya pengalaman praktikan dalam melakukan komunikasi pemasaran dan *public speaking* pada awal pelaksanaan *live streaming*

sehingga memengaruhi rasa percaya diri saat mempromosikan produk kepada konsumen.

- g. Kesulitan dalam meningkatkan penjualan produk secara konsisten karena minat beli konsumen yang berubah-ubah. Hal ini berkaitan dengan pengelolaan strategi pemasaran dan pengelolaan pendapatan usaha sebagai bagian dari manajemen keuangan perusahaan (Fauzi & Rahman, 2021).

D. Solusi yang Diberikan

Untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi selama pelaksanaan *Project* Industri di Galery Amoera, diperlukan beberapa solusi yang berkaitan dengan penerapan manajemen pemasaran digital, manajemen operasional, serta pengelolaan kegiatan penjualan online:

- a. meningkatkan kemampuan komunikasi dan rasa percaya diri dalam melakukan *live streaming* agar penyampaian promosi produk lebih menarik dan mampu meningkatkan minat beli konsumen (Andini, 2022);
- b. membuat konsep *live streaming* yang lebih kreatif, interaktif, dan menarik agar jumlah penonton serta interaksi audiens dapat meningkat sehingga strategi pemasaran berjalan lebih efektif (Ramadhan & Fitriani, 2022);
- c. menggunakan jaringan internet dan peralatan yang lebih stabil untuk menjaga kualitas *live streaming* agar kegiatan pemasaran digital dapat berjalan dengan lancar dan tidak mengganggu pelayanan kepada konsumen;

- d. melakukan evaluasi hasil *live streaming* seperti jumlah penonton, tingkat interaksi, dan penjualan produk untuk mengetahui strategi pemasaran yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan (Sari & Nugroho, 2021);
- e. mempelajari strategi pemasaran digital dan teknik *public speaking* dari *host live streaming* lain agar kemampuan promosi dan komunikasi pemasaran dapat berkembang dengan lebih baik;
- f. membuat konten promosi yang menarik dan mengikuti tren media sosial pada akun TikTok untuk meningkatkan *engagement*, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya tarik produk kepada konsumen (Pratama & Hidayat, 2022);
- g. memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif kepada pelanggan untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen sebagai bagian dari penerapan manajemen pemasaran (Wijaya, 2023);
- h. menyusun strategi promosi dan pengelolaan penjualan yang lebih efektif agar penjualan produk dapat meningkat secara konsisten dan mendukung perkembangan pendapatan usaha sebagai bagian dari manajemen keuangan perusahaan (Fauzi & Rahman, 2021).

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan Project Industri di Galery Amoera, dapat disimpulkan bahwa kegiatan *live streaming* dan pembuatan konten digital merupakan bagian dari penerapan manajemen pemasaran digital yang efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen dan penjualan produk fashion *online*. Strategi pemasaran melalui TikTok Shop dan media sosial mampu membantu perusahaan memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan secara langsung (Ramadhan & Fitriani, 2022).

Selama pelaksanaan *project* industri, praktikan memperoleh pengalaman secara langsung dalam menerapkan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran dan manajemen keuangan, dalam kegiatan bisnis *online*. Praktikan memahami pentingnya strategi promosi, komunikasi pemasaran, pelayanan pelanggan, serta pengelolaan penjualan dalam mendukung perkembangan usaha digital (Fauzi & Rahman, 2021).

Selain itu, kegiatan *live streaming* juga membantu meningkatkan kemampuan komunikasi, *public speaking*, dan keterampilan pemasaran digital praktikan dalam menghadapi dunia kerja dan persaingan bisnis modern. Evaluasi terhadap hasil *live streaming* dan penjualan juga menjadi bagian penting dalam penerapan ilmu manajemen untuk meningkatkan

efektivitas pemasaran dan pendapatan usaha secara berkelanjutan (Sari & Nugroho, 2021).

Dengan demikian, *Project* Industri di Galery Amoera memberikan manfaat dan pengalaman yang baik bagi praktikan dalam memahami penerapan ilmu manajemen pada kegiatan pemasaran, operasional, dan pengelolaan usaha online secara nyata.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan (Galery Amoera)

Galery Amoera diharapkan dapat terus mengembangkan strategi manajemen pemasaran digital melalui *live streaming* dan pembuatan konten kreatif pada media sosial agar mampu meningkatkan minat beli konsumen dan penjualan produk secara lebih optimal (Ramadhan & Fitriani, 2022). Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, pengelolaan operasional, serta evaluasi penjualan secara rutin untuk mendukung perkembangan usaha dan meningkatkan pendapatan perusahaan (Fauzi & Rahman, 2021).

2. Bagi Praktikan

Praktikan diharapkan dapat terus meningkatkan kemampuan komunikasi, *public speaking*, dan keterampilan pemasaran digital agar lebih siap menghadapi dunia kerja dan persaingan bisnis modern. Selain itu, praktikan juga perlu memperdalam pemahaman mengenai ilmu manajemen pemasaran dan manajemen keuangan dalam pengelolaan bisnis *online* secara efektif (Andini, 2022).

3. Bagi Universitas

Universitas diharapkan dapat memberikan pendampingan yang lebih maksimal mengenai penerapan ilmu manajemen pemasaran dan manajemen keuangan dalam dunia industri digital. Selain itu, kerja sama antara kampus dan dunia usaha perlu terus ditingkatkan agar mahasiswa memperoleh pengalaman kerja yang lebih luas dan sesuai dengan perkembangan dunia bisnis saat ini (Putri & Anggraini, 2020)

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, R. (2022). Strategi komunikasi host dalam live streaming digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 45–52.
- Fauzi, M., & Rahman, A. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan penjualan online shop. *Jurnal Bisnis Online*, 4(1), 33–40.
- Kurniawan, D. (2021). Manajemen pelayanan pelanggan pada bisnis online. *Jurnal Ekonomi Modern*, 3(2), 20–27.
- Lestari, M. I., Raharjo, A., & Yulianto, H. (2025). Gaya komunikasi host terhadap interaksi konsumen di platform media sosial TikTok @johnsonbaby.id. *Media Komunikasi Efektif*, 2(1), 14–21.
- Mausul, C. D., & Ma'mun, M. S. (2024). Pengaruh live streaming TikTok Shop (studi minat pembelian pengguna live streaming di akun media sosial TikTok @imazanhijab). *Karimah Tauhid*, 3(2), 2391–2400.
- Pratama, Y., & Hidayat, N. (2022). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran digital. *Jurnal Teknologi Informasi*, 6(1), 10–18.
- Putri, A., & Anggraini, S. (2020). Peran project industri dalam meningkatkan keterampilan mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(3), 55–61.
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh live streaming, content marketing, dan online customer review terhadap keputusan

- pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344..
- Ramadhan, F., & Fitriani, L. (2022). Strategi pemasaran melalui live streaming pada marketplace. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 88–96.
- Saputra, H. (2024). Perkembangan bisnis fashion online di Indonesia. *Jurnal Bisnis Kreatif*, 8(1), 12–19.
- Sari, D., & Nugroho, T. (2021). Efektivitas live streaming dalam pemasaran produk fashion. *Jurnal Pemasaran Digital*, 4(2), 70–78.
- Utami, P., & Lestari, R. (2023). Interaksi konsumen dalam live shopping di TikTok Shop. *Jurnal Media Sosial*, 5(1), 41–49.
- Wijaya, A. (2023). Pengaruh promo live streaming terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Retail Indonesia*, 6(3), 101–1

FORMULIR PENILAIAN PROJECT INDUSTRI

Dengan ini,

Nama Atasan : Yuyun Evawati

Instansi Project Industri : Galery Amoera

Menyatakan bahwa peserta Project Industri berikut ini

Nama Mahasiswa : Amroh Elvi Nur Afifah

Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : 19510032

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Waktu Pelaksanaan : 30 Maret 2026 s/d 30 April 2026

Telah menyelesaikan Kegiatan Project industri di instansi kami. Dengan mempertimbangkan segala aspek, baik dari segi bobot pekerjaan maupun pelaksanaan Kegiatan Project industri industri, maka kami memutuskan bahwa yang bersangkutan telah menyelesaikan kewajibannya dengan hasil sebagai berikut :

No	Aktivitas Yang Dinilai	Nilai
1	Sikap/Sopan Santun	90
2	Kedisiplinan	89
3	Kesungguhan	95
4	Kemampuan Bekerja Mandiri	95
5	Kemampuan Bekerja Sama	98
6	Ketelitian	89

7	Kemampuan Mengemukakan	90
8	Kemampuan Menyerap Hal Baru	95
9	Inisiatif dan Kreatifitas	90
10	Kepuasan Pemberi Project industri industri	90














Grobogan, 25 Mei 2026
Owner Galery Amoera



Yuyun Evawati

DAFTAR HADIR PROJECT

Instansi Project industry : Galery Amoera
 Nama Mahasiswa : Amroh Elvi Nur Afifah
 Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : 19510032
 Waktu Pelaksanaan : 30 Maret 2026 s/d 30 April 2026
 Konsentrasi : Keuangan

NO	Tanggal/Hari	Kegiatan	Paraf Pembimbing Lapangan
1	30 Maret 2026	Live streaming, take konten	
2	31 Maret 2026	Live streaming, packing, take konten	
3	1 April 2026	Live streaming, packing	
4	2 April 2026	Live streaming, packing	
5	3 April 2026	Live steaming, packing	
6	4 April 2026	Live streaming	
7	6 April 2026	Live streaming	
8	7 April 2026	Live streaming, take konten	
9	8 April 2026	Edit video, live streaming	
10	9 April 2026	Live streaming, edit video	
11	10 April 2026	Edit video, live streaming	
12	11 April 2026	Edit video, live screaming	
13	13 April 2026	Edit video, live streaming, take konten	
14	14 April 2026	Edit video, live streaming, take	

6	Ketelitian	
7	Kemampuan Mengemukakan	89
8	Kemampuan Menyerap Hal Baru	90
9	Inisiatif dan Kreatifitas	95
		90
10	Kepuasan Pemberi Project industri industri	90

Grobogan, 25 Mei 2026
Owner Galery Amoera

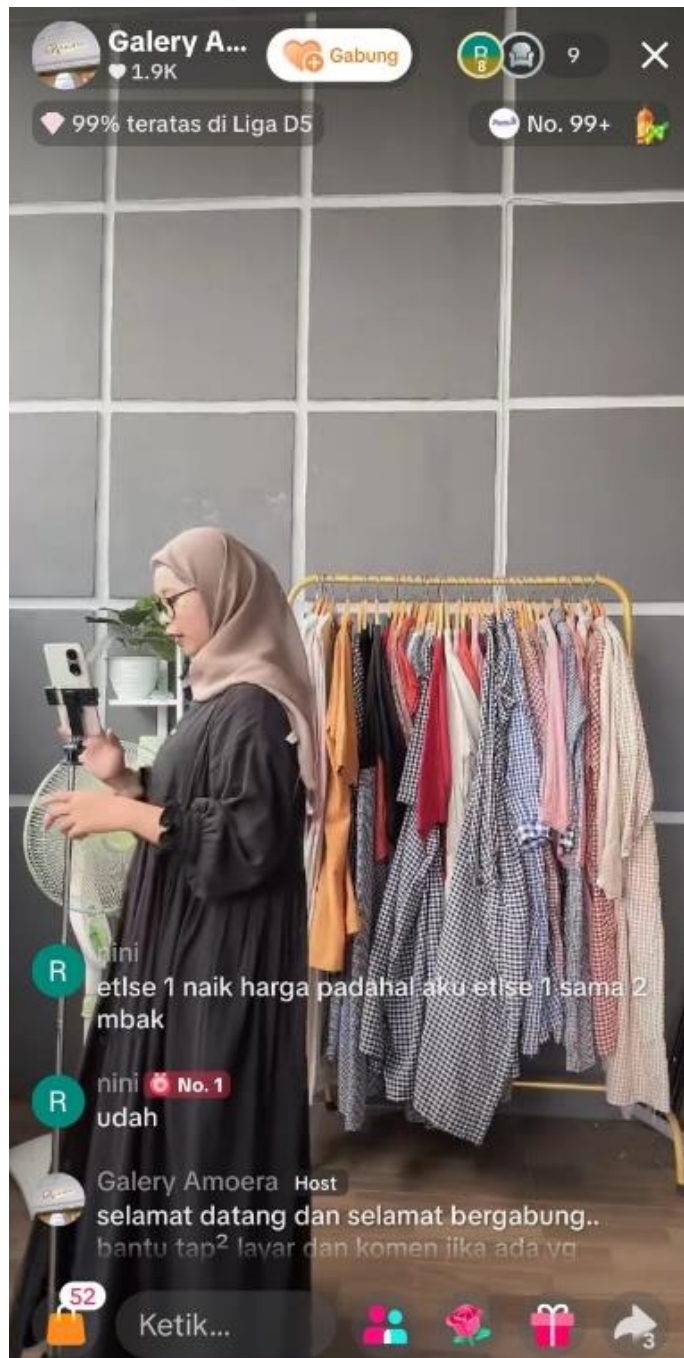


Yuyun Evawati

LAMPIRAN



Kegiatan Live Streaming Produk Fadhion di Galery Amoera



Interaksi Host dengan Pelanggan Saat Live Streaming

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Amroh Elvi Nur Afifah

Nim 19510032

Program Studi Manajemen

Judul Pengaruh Live Streaming Dalam Meningkatkan Penjualan Produk
Online Shop (Studi Pada Galery Amocra)

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Tugas Akhir ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Grobogan, 30 Mei 2026

Yang Membuat Pernyataan



Amroh

NIM: 19510032



YAYASAN UNDARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULMU ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini, Selasa tanggal, 26 Mei 2026 pukul 08.00 WIB, berdasarkan Keputusan Dekan Ekonomi UNDARIS No. 081/A.I/5/V/2026 tanggal 23 Mei 2026 perihal Susunan Dosen Tim Penguji Skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNDARIS tingkat Sarjana (S1):


1. Nama lengkap : M. Arif Rakhman, SE.,ME
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata/ IIIc
Bertugas sebagai : Ketua Penguji
2. Nama lengkap : Nurniyati, SE., MM
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan: Penata Muda, Tk.I, III/b
Bertugas sebagai : Anggota
3. Nama lengkap : Nunuk Supraptini, SE., MM
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata, III/c
Bertugas sebagai : Anggota

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah diuji skripsinya,

Nama : Amroh Elvi Nur Afifah
NIM : 19510032
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Live Streaming dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop (Studi pada Galery Amocra)

NILAI HASIL UJIAN : Angka = Equivalent =

Demikian berita acara ujian skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua, Anggota, Anggota,

M. Arif Rakhman, SE.,ME Nurniyati, SE., MM Nunuk Supraptini, SE., MM
NPP. 19111406870215 18100303730205 98031408660096

Mengetahui
Dekan fakultas Ekonomi UNDARIS,

M. Arif Rakhman, S.E.,M.E.
NPP. 19111406870215



YAYASAN UNDARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULMU ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514

Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Pada hari ini, Selasa tanggal, 26 Mei 2026 berdasarkan Keputusan Dekan Ekonomi UNDARIS No. 127/A.III/6/VIII/2022 tanggal 31 Agustus 2022 perihal Penunjukkan Dosen Pembimbing Skripsi :

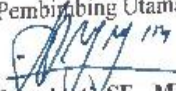
1. Nama lengkap : Nurmiyati, SE., MM
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan: Penata Muda, Tk.I, III/b
Bertugas sebagai : Pembimbing Utama
2. Nama lengkap : Nunuk Supraptini, SE., MM
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata, III/c
Bertugas sebagai : Pembimbing Pendamping

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah menyelesaikan proses pembimbing skripsi :

Nama : Amroh Elvi Nur Afifah
NIM : 19510032
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Live Streaming dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop (Studi pada Galery Amoera)

NO	T A H A P A N	TANGGAL	KETERANGAN
01	Penunjukan Dosen Pembimbing	13 Maret 2026	ACC Judul
02	Penyusunan Proposal Skripsi	16 Mei 2026	Bimbingan BAB 1
03	Instrumen penelitian	17 Mei 2026	Bimbingan BAB 1 2
04	Ijin Pelaksanaan Penelitian	20 Mei 2026	Bimbingan BAB 1 2
05	Pengumpulan Data	21 Mei 2026	Bimbingan BAB 3
06	Analisis Data	23 Mei 2026	Bimbingan BAB 1 2 3
07	Penyusunan Laporan/Skripsi	26 Mei 2026	ACC Sidang

Demikian berita acara bimbingan skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pembimbing Utama,

Nurmiyati SE., MM
NPP. 6635751652230142

Pembimbing Pendamping,

Nunuk Supraptini, SE., MM
NPP.98031408660096

Mengetahui
Dekan Ekonomi UNDARIS,

M. Arif Bakhman, S.E., M.E.
NPP/19111406870215



**KARTU BIMBINGAN PENULISAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNRARIS
PRODI MANAJEMEN**

Nama Mahasiswa : Amroh Elvi Nur Afifah
 NIM : 19510032
 Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
 Pembimbing Utama : Nurmiyari, S.E.,M.M
 Pembimbing Pendamping : Nunuk Supraptini, S.E.,M.M
 Judul : Pengaruh Live Streaming dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop (Study pada Galery Amoera)

No	Tanggal Konsultasi	Keterangan Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1	13 Maret 2024	ACC Judul	
2	16 Mei 2024	Bimbingan BAB I	
3	17 Mei 2024	Bimbingan BAB 2 & 3	
4	20 Mei 2024	Bimbingan BAB 7 & 8	
5	23 Mei 2024	Bimbingan BAB 9 & 10	
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Pitaloka Dharma Ayu, S.E.,M.BA
NPP. 18101702880206