

TikTok Shop by Tokopedia lewat WaktunyaSTART! Jawab Tingginya Permintaan Profesi LIVE Host di Indonesia

Inisiatif ini membantu masyarakat mempersiapkan diri menghadapi lonjakan kebutuhan profesi LIVE Host di Indonesia, sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi digital Indonesia.

Jakarta, 20 Oktober 2025 – TikTok Shop by Tokopedia menegaskan komitmennya untuk terus mengembangkan talenta digital Indonesia sekaligus memperkuat ekosistem LIVE commerce nasional. Komitmen ini sejalan dengan hasil riset yang dilakukan oleh TikTok Shop by Tokopedia yang menunjukkan bahwa, kewirausahaan masih menjadi aspirasi karier utama di kalangan anak muda Indonesia (23,9%), diikuti oleh karyawan sektor swasta (12,4%), kreator konten (12,5%). Di antara mereka yang telah aktif sebagai Host, profesi **LIVE Host** menjadi salah satu karier yang diminati (38,1%), kreator konten (74%), dan wirausaha (18,2%).¹

Berdasarkan data kanal rekrutmen nasional seperti **SIAPkerja-Karirhub Kemnaker** dan berbagai platform daring lainnya, permintaan terhadap profesi **LIVE Host** kini menempati posisi teratas di antara pekerjaan yang paling dibutuhkan di Indonesia. Sepanjang Januari-Agustus 2025, tercatat lebih dari **786 ribu lowongan dari 89.853 perusahaan**. Profesi **host live streaming** menjadi salah satu pekerjaan dengan lowongan terbanyak, mencapai 10.190 lowongan pekerjaan.²

Senior Director of E-Commerce Tokopedia dan TikTok Shop Indonesia, Stephanie Susilo, menyampaikan, “Permintaan terhadap profesi LIVE Host kini menunjukkan tren yang sangat tinggi di Indonesia. Melihat potensi besar ini, TikTok Shop by Tokopedia melalui program WaktunyaSTART! berkomitmen untuk membekali masyarakat dengan keterampilan dan wawasan agar dapat menjadi LIVE Host yang profesional dan berkualitas. Kami ingin melahirkan lebih banyak talenta digital yang kreatif, percaya diri, dan siap berkontribusi dalam memperkuat pertumbuhan ekonomi digital Indonesia.”

Deretan Inisiatif Tokopedia dan TikTok Shop Dukung Tren LIVE Commerce di Indonesia

TikTok Shop by Tokopedia terus berkolaborasi dengan berbagai mitra strategis, termasuk pemerintah dan universitas untuk memberikan akses dan pelatihan berkualitas bagi masyarakat, guna mendukung pengembangan kreator konten dan LIVE host profesional yang berdaya saing tinggi melalui sederetan program.

Program **WaktunyaSTART!** dirancang untuk memberdayakan masyarakat dari berbagai latar belakang agar memperoleh keterampilan LIVE hosting secara profesional melalui pelatihan terstruktur, praktik langsung, dan pendampingan intensif.

“Melihat popularitas LIVE shopping sebagai cara berbelanja *online* yang terus meningkat, kami terus mendukung jutaan penjual termasuk pelaku UMKM yang berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB nasional untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan melalui fitur interaktif LIVE shopping,” jelas Stephanie.

Tokopedia dan TikTok Shop juga berkolaborasi dengan berbagai kementerian untuk memperkuat ekosistem kreator digital di Indonesia. Melalui program **Creators Lab** yang diinisiasi bersama pemerintah, Tokopedia dan TikTok Shop telah memberikan pelatihan kepada lebih dari **600 mahasiswa** di Politeknik Pariwisata Bandung, Palembang, Makassar, Lombok, Bali, dan Medan bekerja sama dengan **Kementerian Pariwisata RI**. Selain itu, bersama **Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan**

¹ Riset TikTok Shop by Tokopedia terhadap anak muda usia 18-35 tahun, 2025

² [Publikasi Pasar Kerja 2025, Kementerian Tenaga Kerja RI](#)

Ekonomi Kreatif RI, kedua platform melatih ribuan perempuan melalui program **Emak-Emak Melek Teknologi (Emak-Emak Matic)** agar menjadi affiliate content creator yang profesional, berkualitas, dan berdaya saing tinggi.

Di sisi lain, bersama **Kementerian Koperasi dan UMKM RI**, Tokopedia dan TikTok Shop mendukung program **Juragan UMKM** dengan mengintegrasikan **Creators Lab** untuk mengedukasi kreator, baik affiliate maupun penjual tentang pemanfaatan konten video pendek dan live streaming. Padang menjadi kota pertama penyelenggaraan program ini, yang akan diperluas ke berbagai wilayah hingga akhir 2025 dengan target ribuan pelaku UMKM. Melalui kolaborasi dengan **Kementerian Perindustrian RI** dalam program **KALCER (Kemenperin Angkat Lokal Cepat Terkenal)**, kedua platform juga memberikan pelatihan bagi pelaku usaha agar dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka di platform digital.

Selain pemerintah, Tokopedia dan TikTok Shop juga menggandeng universitas untuk pengembangan SDM digital. Lewat program **Certified LIVE Host**, para mahasiswa dilatih agar dapat menjadi LIVE host profesional yang berdaya saing tinggi. Program ini telah hadir di Universitas Gadjah Mada – Yogyakarta, Universitas Brawijaya – Malang, Universitas Negeri Surabaya, Universitas Bina Nusantara, Universitas Ciputra Makassar, Universitas Pelita Harapan dan akan hadir di universitas lainnya di Indonesia. “Sebanyak lebih dari **350 mahasiswa peserta dan 156 mahasiswa** berhasil meraih sertifikasi LIVE Host,” kata Stephanie.jadi

Ada pula program **Star Streamer 2025** untuk mempertemukan individu bertalenta dengan berbagai *brand*, membuka peluang bagi para calon maupun LIVE host berbakat untuk berkolaborasi dan membangun karier profesional di industri digital. Sejak digelar di Jakarta pada April 2025, program ini telah menginspirasi dan **membekali lebih dari 3.000 peserta** dengan pelatihan serta sertifikasi *LIVE hosting* profesional.

Temuan Menarik di TikTok Shop by Tokopedia Berkat LIVE Streaming

Stephanie mengungkapkan, “Terjadi **kenaikan nilai transaksi sejumlah penjual** di TikTok Shop berkat **LIVE streaming** yang dibuat oleh penjual maupun *affiliate/content creators* mencapai 30 kali lipat. Sedangkan kenaikan **nilai transaksi sejumlah penjual** di TikTok Shop berkat **short video (video pendek)** yang dibuat oleh penjual maupun *affiliate content creators* mencapai 31 kali lipat.”

Senior Group Head of Business Unit Paragon Corp, Clarissa Angga Gunawan, mengungkapkan, “Paragon sebagai perusahaan lokal dengan berbagai merek kecantikan dan perawatan tubuh, seperti Wardah, Kahf, Labore, dan Emina, menjadikan TikTok LIVE sebagai kanal penting untuk menjangkau konsumen secara langsung dan autentik. Lewat fitur LIVE streaming, kami bisa menunjukkan keunggulan produk secara nyata, berinteraksi langsung dengan audiens, hingga mendorong pembelian melalui TikTok Shop. Kami juga telah memiliki studio khusus untuk LIVE, yang memungkinkan kami berinteraksi dengan puluhan hingga ratusan ribu konsumen setiap hari secara *real-time*.”

Salah satu pelaku usaha yang memanfaatkan fitur LIVE di TikTok Shop by Tokopedia adalah, **LY Fashion** ([Tokopedia](#) dan [TikTok Shop](#)) milik Liza Aditya, yang memproduksi fashion muslim. LY Fashion menggunakan fitur LIVE untuk mendongkrak penjualannya. Memiliki 6 host, LY Fashion melakukan LIVE setiap hari dari pukul 09.00-21.00 secara bergantian. Lewat LIVE, produk LY Fashion terjual lebih dari 4.000 potong di TikTok Shop sejak berjualan pada Maret 2025. Bahkan TikTok Shop berkontribusi hingga 90% terhadap penjualan LY Fashion. ([Profil selengkapnya di sini](#))

Sementara kreator konten/afilior, **Leo Giovanni**, dengan akun TikTok, [@racuninskinicare](#), yang membahas produk perawatan kulit, dan [@leo_giovannii](#), yang berisi panduan menjadi kreator konten, rutin melakukan *LIVE streaming* selama 8–10 jam setiap hari di TikTok Shop by Tokopedia untuk berbagi

konten edukatif. Melalui profesinya, ia telah membantu ribuan orang yang disebutnya ‘Murid FYP Specialist’ meraih penghasilan dari konten. ([Profil selengkapnya di sini](#))

Lampiran

1. Kisah Kreator Konten - Leo Giovanni

Leo Giovanni memulai perjalanan sebagai kreator konten di Medan pada akhir 2021, setelah menyelesaikan kuliah di luar negeri dan kesulitan mencari pekerjaan akibat pandemi. Ketika TikTok Shop memperkenalkan fitur keranjang kuning, Leo mulai fokus menjadi afiliator produk *skincare*, bidang yang saat itu masih jarang digeluti kreator pria. Konsistensinya membuat ia mulai menerima berbagai tawaran kerja sama dari *brand*.

Saat ini, Leo bersama empat *host* mengelola dua akun TikTok, [@racuninskinicare](#), yang membahas produk perawatan kulit, dan [@leo_giovannii](#), yang berisi panduan menjadi kreator konten, rutin melakukan *live streaming* selama 8–10 jam setiap hari di TikTok Shop by Tokopedia untuk berbagi konten edukatif. Melalui profesinya, ia telah membantu ribuan orang yang disebutnya ‘Murid FYP Specialist’ meraih penghasilan dari konten. Namun, untuk sampai di posisi ini tidaklah mudah. Leo menghadapi sejumlah tantangan, termasuk minimnya dukungan orang terdekat dan komentar negatif, yang justru menjadi penyemangatnya untuk berhasil menjadi kreator konten.

“Salah satu momen paling berkesan bagi saya ketika bisa memberangkatkan umrah asisten rumah tangga yang telah mengasuh sejak kecil. Dari hasil kerja keras sebagai kreator konten, saya juga bisa menabung emas hingga ratusan juta rupiah dan menulis tiga buku tentang strategi konten TikTok, salah satunya meraih rekor MURI sebagai buku panduan dengan ulasan terbanyak di *marketplace*,” ujar **Kreator Konten TikTok sekaligus Affiliate TikTok Shop, Leo Giovanni**.

Bagi Leo, kunci sukses menjadi kreator konten adalah menjauhi drama dan konten negatif, terus mengevaluasi performa setiap unggahan, dan menjaga konsistensi serta ketahanan mental. Ia ingin terus berbagi ilmu secara praktikal, bukan hanya teori, sambil menjaga silaturahmi dengan komunitasnya lewat pertemuan rutin setiap dua hingga tiga bulan sekali.

2. Kisah Penjual - LY Fashion

Perjalanan usaha fesyen Liza Aditya, LY Fashion ([Tokopedia](#) dan [TikTok Shop](#)) berawal dari dunia hiburan. Kala itu, Liza sebagai *host home shopping* produk fesyen di televisi, melihat peluang besar di industri fesyen yang memiliki risiko rendah dan pasar luas. Ia pun membangun *brand* LY Fashion dengan modal kecil untuk membeli produk dan mulai berjualan di TikTok Shop pada 2021.

Pada tahap awal, penjualan LY Fashion kurang baik karena bahan produk dari supplier tidak sesuai ekspektasi pelanggan. Dari pengalaman tersebut, Liza memutuskan memproduksi sendiri berbagai produk fesyen Muslim, seperti *abaya* dan *dress*. Produk LY Fashion kini dikenal dengan desain all size, bahan premium, dan harga terjangkau mulai dari Rp200 ribu. Meski sempat berjuang seorang diri tanpa tim dan *followers* di TikTok, Liza perlahan membangun tim kecil, memperkuat strategi *live streaming*, dan konsisten membuat konten agar *brand* terus berkembang.

“TikTok Shop by Tokopedia menjadi kunci utama pertumbuhan bisnis LY Fashion, yang memperluas jangkauan pasar dan interaksi langsung dengan pelanggan. Hingga kini, 90% penjualan *online* LY Fashion berasal dari TikTok Shop. Saya bersama enam *host* melakukan *live* setiap hari untuk mendukung penjualan, serta membuat konten video setiap hari. Kami juga memanfaatkan fitur dan kampanye seperti voucher, flash sale, dan kampanye Pay Day yang mampu mendongkrak penjualan hingga 60% penjualan,” ungkap **Pemilik Usaha LY Fashion, Liza Aditya**.

Melalui pengalamannya, Liza berpesan agar pelaku UMKM tak takut memulai dari skala kecil dan konsisten melakukan *live streaming*. Ia menekankan pentingnya memahami karakter audiens, menjaga kualitas produk, serta terus berinovasi lewat format konten yang menarik agar kepercayaan pembeli tumbuh dan bisnis dapat berkembang berkelanjutan.

Tentang Tokopedia

Tokopedia, perusahaan teknologi Indonesia, memiliki misi mencapai pemerataan ekonomi secara digital. Visi Tokopedia adalah membangun sebuah Super Ecosystem dimana siapa pun bisa memulai dan menemukan apa pun. Saat ini, Tokopedia memberdayakan jutaan penjual dan pengguna melalui marketplace (Tokopedia dan TikTok Shop by Tokopedia) dan produk digital, fintech dan pembayaran, logistik dan fulfillment, serta Mitra Tokopedia.

Kontak Media

Tim PR Tokopedia | pr@tokopedia.com