BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

PT Shopee International Indonesia merupakan anak perusahaan dari SEA Group yang dulu dikenal dengan nama Garena. Didirikan pada tahun 2015, SEA Group berkantor pusat di Singapura. Shopee, yang bergerak di industri *e-commerce* dipimpin oleh Chris Feng, salah satu mantan pegiat Rocket Internet yang pernah mengepalai Zalora dan Lazada. Shopee tidak hanya ada di Indonesia, melainkan memiliki jangkauan yang luas seperti di beberapa negara seperti, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, Taiwan, China, hingga Brazil. Shopee memiliki beberapa akses untuk berjualan atau berbelanja yaitu dapat melalui *website* dengan mengakses https://shopee.co.id/ melalui internet, juga melalui aplikasinya dengan cara mengunduh melalui Apps Store atau Play Store.

Shopee awalnya merupakan perusahaan yang mengambil pasar *customerto customer* atau C2C dan mulai mengalami peralihan menjadi *business to customer* sejak meluncurkan Shopee Mall pada tahun 2017 dan bertindak sebagai platform toko *online* bagi toko atau distributor resmi. Shopee dalam memberikan dukungan logistik untuk penggunanya tidak hanya berhubungan dengan 70 layanan kurir di seluruh dunia tapi juga berhubungan dengan beberapa penyedia layanan jasa transportasi *online*. Bahkan, mulai tahun 2020 Shopee memiliki jasa pengiriman Shopee khusus untuk beberapa penjual terpilih yang akan langsung diatur oleh tim Shopee Express.

Shopee memiliki logo berwarna oranye yang dapat diartikan sebagai warna yang hangat, mempunyai daya tarik, dan mampu meningkatkan daya minat pembeli. Shopee menggunakan gambar keranjang yang dapat diartikan sebagai keranjang belanjaan dan huruf ‘S’ adalah simbol dari Shopee itu sendiri.

Gambar 2.1 Logo Perusahaan



Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2020

Shopee memiliki visi misi perusahaan, yaitu.

1. Visi: *We believe online shopping should be accessible, easy and enjoyable. This is the vision Shopee aspires to deliver on the platform, every single day. We believe in the transformative power of technology and want to change the world for the better by providing a platform to connect buyers and sellers within one community.*

   Terjemahannya:

   Visi: Kami percaya belanja *online* harus dapat diakses, mudah dan menyenangkan. Ini adalah visi yang diinginkan Shopee untuk disampaikan di platform, setiap hari. Kami percaya pada kekuatan transformatif teknologi dan ingin mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan platform untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas.

2. Misi: *To define who we are - how we talk, behave or react to any given situation - in essence, we are Simple, Happy and Together. These key attributes are visible at every step of the Shopee journey.*
   a. Simple, We believe in simplicity and integrity, ensuring a life that's honest, down to earth and true to self.
   b. Happy, We are friendly, fun-loving and bursting with heaps of energy, spreading the joy with everyone we meet.
   c. Together, We enjoy spending quality time together while shopping online with friends and family - doing the things

we love as one big unit.

Terjemahannya:

Misi: Untuk menentukan siapa kita - bagaimana kita berbicara, berperilaku atau bereaksi terhadap situasi apapun - pada dasarnya, kita Sederhana, Bahagia dan Bersama. Atribut kunci ini terlihat di setiap langkah perjalanan Shopee.

a. Sederhana, Kami percaya pada kesederhanaan dan integritas, memastikan kehidupan yang jujur, membumi dan setia pada diri sendiri.
b. Senang, Kami ramah, suka bersenang-senang dan penuh dengan energi, menyebarkan sukacita dengan semua orang yang kami temui.
c. Bersama, Kami menikmati waktu berkualitas bersama-sama sambil berbelanja *online* dengan teman dan keluarga - melakukan hal-hal yang kami sukai sebagai satu unit besar.

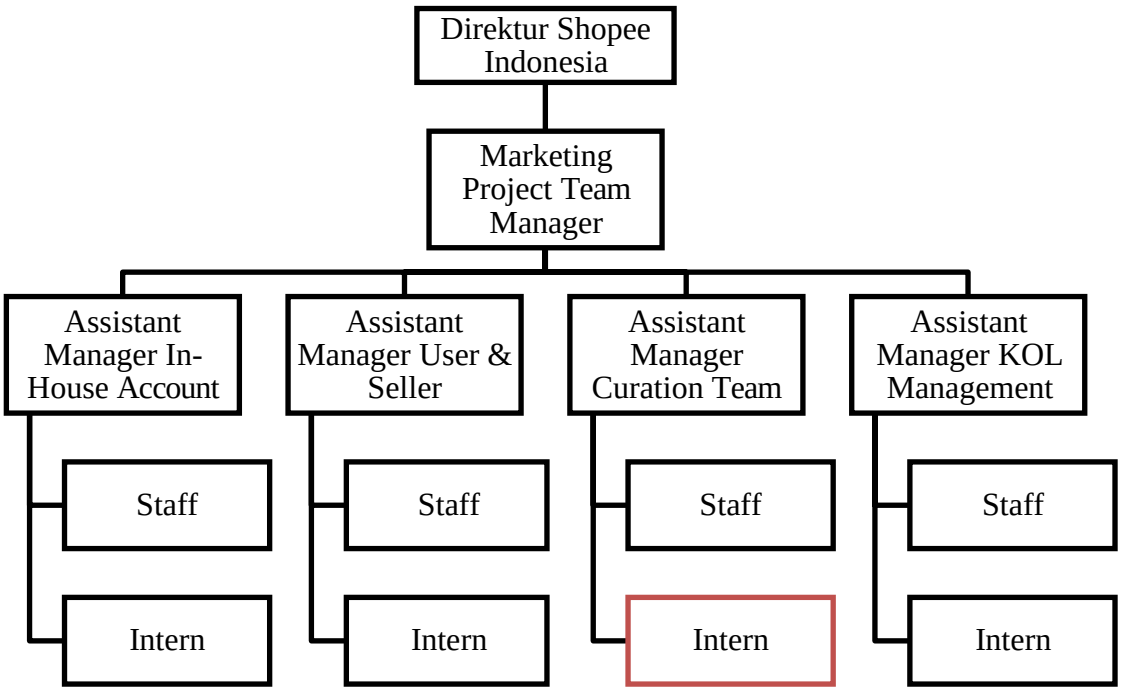
Gambar 2.2 Suasana Kantor PT Shopee International Indonesia



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2020

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Bagan 2.1 Struktur Organisasi PT Shopee International Indonesia



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2020

Shopee Indonesia dipimpin oleh Handhika Wiguna Jahja sebagai Direktur. Pada pelaksanaan magang, penulis berada dalam Tim *marketing* yang dipimpin oleh Fiona Wijaya sebagai *Marketing Project Team Manager* yang mengepalai empat Tim, yaitu Tim *In-House Account* dan *User and Seller* yang dipimpin oleh Jonathan Handoyo, serta Tim *curation* dan KOL *management* yang dipimpin oleh Cindy Angelina.

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Penulis dalam melaksanakan kerja magang, berada dalam *Marketing Project Shopee Feed* khususnya di divisi *Curation* sebagai *Intern*. Selama pelaksanaan magang, penulis diawasi oleh *Assistant Manager Marketing Project* dan *Senior Marketing Analyst* atau *Staff*.

Shopee Feed memiliki divisi, yaitu divisi *Curation, Key Opinion Leader Management, User and Seller*, dan *In-House Account*.

Divisi *curation*, yang merupakan divisi tempat penulis melakukan praktik kerja magang bertugas untuk mengatur dan mengelola tampilan (*Front End*) di *tab Shopee Feed* agar mendapatkan peningkatan interaksi dan *engagement* dari *user* Shopee. Sehingga, dengan meningkatnya interaksi dan *engagement* diharapkan user menghabiskan waktu lebih lama dalam aplikasi yang nantinya berakhir dengan pembelian dalam aplikasi. Tampilan *Front End Shopee Feed*, atau tampilan akhir yang dilihat ketika user membuka aplikasi Shopee, memiliki beberapa *tab* atau kategorisasi, yaitu *Timeline*, *Explore*, *Fashion*, *Beauty*, *Gadget*, *New Normal*, *Voucher*, Terbaru, dan Promo. Kemudian, Tim *curation* juga bertugas juga dalam membuat perencanaan tampilan (*Front End*) *Shopee Feed* untuk seminggu ke depan dengan mengikuti kalender Shopee dan *support* dalam *campaign* Shopee.

Divisi KOL *Management* memiliki tujuan untuk mengedukasi dan mengaktivasi *user* dan calon *user* Shopee melalui para KOL atau *key opinion leader*. Selain itu, mereka juga selalu menjaga dan mempertahankan hubungan baik perusahaan dengan para KOL dengan melakukan beberapa *gathering*.

Divisi *User and Seller* bertugas untuk mengedukasi para *seller* baru maupun lama untuk lebih mudah dalam berjualan dan mempromosikan produknya, juga membuat strategi seperti *competition* untuk para *seller* dan *user* agar dapat meningkatkan penggunaan *Shopee Feed* dan juga meningkatkan partisipasi beberapa *campaign* yang dibuat oleh *Marketing Project*.

Kemudian, divisi *In-House Account* memiliki tugas untuk mengelola konten *In-House Account* yang termasuk di dalam *Shopee Feed* seperti Shopee id, Shopee Fashion, Shopee For Men, Shopee Kpop, Shopee Beauty, dan sebagainya.

Penulis sebagai *intern* pada Team *Marketing Project* divisi *Curation* yang bertugas untuk membantu dalam mengatur dan mengelola tampilan *front end* dengan mengkurasi konten yang ada dalam *back end* yang sesuai dengan *insight* pengguna untuk meningkatkan *engagement* dan juga mendukung beberapa

campaign yang sedang berlangsung. Angka kenaikan *engagement* didapatkan berdasarkan dari *view, like,* dan *comment* yang datanya diberikan oleh Tim *Business Intelligence*.