

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1. Profil Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Perusahaan

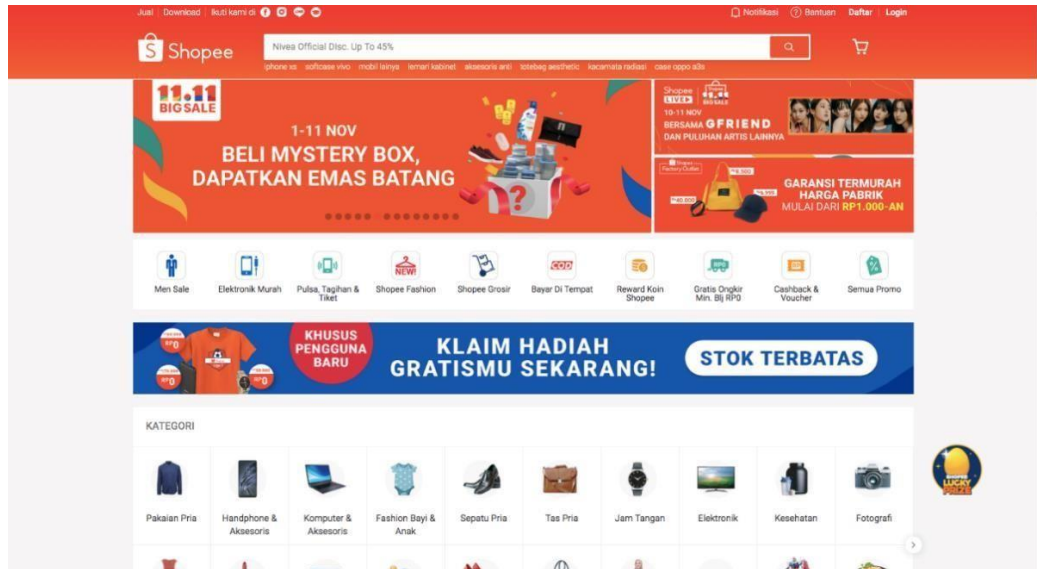


Sumber : [Shopee.co.id](http://Shopee.co.id)

Shopee resmi berdiri di Indonesia pada tahun 2015, dan tergolong yang masih muda di persaingan pasar *e-commerce* di Indonesia. Perusahaan asal Singapura ini lebih berfokus pada bisnis yang satu arah yaitu konsumen ke konsumen (C2C) yang menggunakan aplikasi yang bisa di *download* melalui *Appstore* dan *Playstore* sebagai fitur utama untuk menjalankan bisnisnya. Shopee adalah *platform* perdagangan elektronik yang berkantor Pusat di Singapura di bawah SEA group yang sebelumnya dikenal sebagai *Garena* yang didirikan pada tahun 2009. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015 dan semenjak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan juga Filipina.

Mulai tahun 2019 Shopee juga aktif di Brazil yang menjadikannya Shopee pertama di luar Asia karena elemen *mobile* yang dibangun sesuai konsep perdagangan elektronik global, Shopee menjadi salah satu dari lima startup *e-commerce* yang paling berkembang yang terbit dari Asia.

**Gambar 2.2 Tampilan Web Shopee**



Sumber: [Shopee.co.id](http://Shopee.co.id)

**Gambar 2.3 Tampilan Aplikasi Shopee**



Sumber: Data primer, 2020

*Platform* ini mencatat delapan puluh juta unduhan aplikasi dan lebih dari 180 juta produk aktif dari lebih dari empat juta wirausaha. Pada tahun 2017 melaporkan nilai perdagangan bruto sebesar 1,6 miliar dan naik 206% dari tahun sebelumnya dan di Malaysia Shopee menjadi portal perdagangan elektronik ketiga yang paling banyak dikunjungi. Shopee adalah *platform e-commerce* yang paling banyak dikunjungi pada tahun 2019 dan memiliki angka pengunjung setiap bulannya sampai tujuh puluh juta lebih (Iprice.com, 2019).

## 2.2. Visi dan Misi Perusahaan

### 2.2.1 Visi Perusahaan

Shopee memiliki visi yaitu: Menjadi *mobile marketplace* nomor 1 di Indonesia.

### 2.2.2 Misi Perusahaan

Shopee memiliki misi yaitu: Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia.

## 2.3. Nilai Perusahaan

Dalam menjalankan perusahaannya, Shopee memiliki lima nilai perusahaan yang diterapkan, yaitu:

### 1. *We Serve*

Pelanggan kami adalah satu-satunya penentu dari nilai produk dan layanan kami. Kami berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi dan melayani yang tak terlayani.

### 2. *We Adapt*

Perubahan yang cepat adalah satu-satunya hal konstan dalam era digital ini. Kami merangkul perubahan, merayakannya dan selalu berusaha untuk menjadi pemikir terdepan yang mempengaruhi hal itu.

### 3. *We Run*

Kami berada dalam perlombaan konstan untuk sukses. Kami bergerak lebih cepat, lebih baik dan dengan lebih tepat setiap harinya.

### 4. *We Commit*

Pekerjaan kami adalah komitmen kami. Kami berkomitmen pada nilai-nilai, institusi, pelanggan, dan mitra kami. Kami saling berkomitmen. Yang terpenting, kami berkomitmen untuk melakukan yang terbaik yang kami bisa dan menjadi yang terbaik yang kami bisa.

## 5. *We Stay Humble*

Kami telah menempuh perjalanan jauh dari awal yang sederhana namun, kami tidak pernah kehilangan kerendahan hati dalam pencarian terus menerus kami untuk ketinggian yang lebih tinggi.

### 2.4. Tempat dan Kontak Perusahaan

Kantor Shopee memiliki dua tempat yaitu yang pertama: SCBD Suites, SCBD, Pacific Century Place (PCP, Jl. Jend. Sudirman, RT.5/RW.3, Senayan, Kebayoran Baru, South Jakarta City, Jakarta 12190

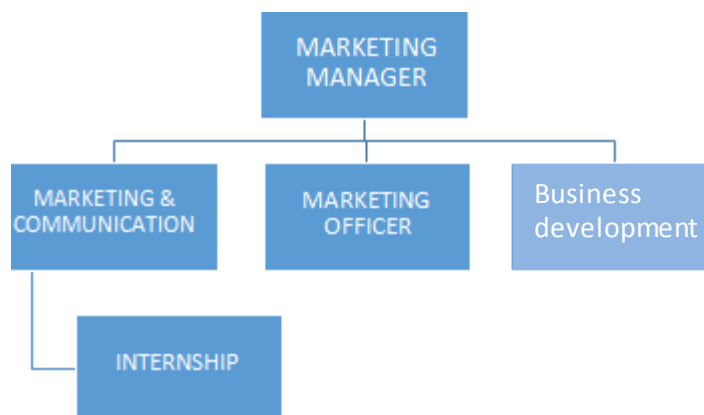
Kedua: Sopo Del Tower B Lv. 22, Jl. Mega Kuningan Barat III, RT.3/RW.3, Kuningan, Kuningan Tim., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12950

Berikut adalah *social media* yang Shopee miliki:

1. Twitter : @ShopeeID
2. Facebook : ShopeeID
3. Instagram : Shopee\_ID, shopeelive\_ID
4. Website : Shopee.co.id

### 2.5 Struktur Perusahaan

**Gambar 2.5 Bagan Struktur Divisi**



Sumber : Data primer, 2020

Pertama adalah *Marketing Manager* yang dijabat oleh Hanif Thamrin untuk menaungi seluruh divisi *Marketing*. Seluruh laporan dan kegiatan akan dilaporkan kepada *Marketing Manager*. Kedua, *Marketing & Communication* yang dijabat oleh Fraya Mahalia. Bertugas untuk mengawasi konten apa saja yang akan dibuat serta mengawasi kegiatan *internship*. Ketiga *Marketing Officer* yang bertugas untuk mengawasi kegiatan *marketing* kantor tentang pembagian *budget* dan pengecekan *talent* serta *host* yang dijabat oleh Ines Carol. Keempat *Business Development* yang dijabat oleh Edgar. Divisi *Content* akan mengambil barang untuk *live* dan menunggu persetujuan serta untuk mengetahui apakah barang yang diajukan sesuai dengan konten atau tidak.

## **2.6 Ruang Lingkup Divisi Terkait**

Selama melakukan praktik magang, praktik kerja sebagai *internship* di divisi *Marketing & Communication* yang mana di dalamnya terdapat ShopeeLive. Selama praktik kerja bertugas membantu membuat konten yang nantinya akan disiarkan untuk mempromosikan barang yang akan di jual di segmen Shopee HURA-HURA.

Tugas di divisi ini adalah memikirkan ide untuk menjual kepada sobat Shopee dengan cara yang menarik dan juga tidak membosankan, sehingga memiliki alur cerita dan bisa masuk ke dalam etalase penjualan produk.

Divisi *Content* juga harus menguasai bagaimana membuat *rundown*, *product knowledge*, *product list*, *cue card* dan *deck*. Divisi *Content* juga harus memikirkan harga yang sesuai yang akan ditampilkan untuk kemudian dijual, dan juga melakukan interaksi serta memberikan arahan kepada *talent* yang akan memerankan sebagai penjual di dalam acara yang akan disiarkan di ShopeeLive.

*Content marketing* sebagai sesuatu yang diciptakan atau dibagikan oleh individu maupun organisasi, guna menceritakan

kisah mereka layaknya seperti percakapan (Handley, 2010). Penerapan dalam *content* yang dibuat pada saat *live streaming* Shopee HURA-HURA adalah memberikan alur cerita yang nantinya berujung pada penjualan produk.