



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Shopee

Shopee adalah salah satu *e-commerce* yang berkantor pusat di Singapura, di bawah SEA Group. Shopee didirikan tahun 2009 oleh Forrest Li dan diluncurkan pertama kali pada tahun 2015 di Singapura. Setelah itu, Shopee memperluas jaringan ke banyak negara seperti Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand, Vietnam, dan Indonesia. Shopee saat ini dipimpin oleh Chris Feng, salah satu mantan pegawai Zalora dan Lazada.

Sejarah Shopee dimulai ketika tahun 2015. Shopee diluncurkan di Singapura sebagai pasar pertama bagi pengguna untuk menjelajahi, berbelanja, dan menjual kapan saja secara online. Shopee terintegrasi dengan dukungan logistik dan pembayaran agar belanja online jadi lebih mudah dan aman bagi pihak penjual maupun pembeli.

Shopee memulai sebagai pasar *customer to customer* (C2C) dan beralih ke *bussines to customer* (B2C) sejak meluncurkan Shopee Mall sebagai *platform* toko *online* untuk distribusi brand ternama. Shopee juga berhubungan dengan lebih dari 70 penyedia layanan kurir di seluruh pasarnya untuk menyediakan dukungan logistik bagi para pengguna. Tidak hanya jasa logistik lokal, Shopee juga berhubungan dengan banyak penyedia jasa transportasi *online*.

Pada tahun 2017, Shopee diunduh lebih dari 80 juta kali dan mempunyai lebih dari 180 juta produk aktif. Pada akhir tahun 2017, Shopee melaporkan nilai Gross Merchandise Value (GMV) mereka naik 200% dari tahun 2016. Di tahun yang sama, di Indonesia, Shopee menjadi *platform* belanja *online* nomor satu menurut TheAsianParent dengan jumlah pemilih sampai 73%.

Prestasi Shopee salah satunya adalah lembaga analisis data aplikasi independen App Annie menyebutkan Shopee adalah aplikasi *e-commerce* dengan jumlah total *download* terbanyak di Asia Tenggara. Di tahun 2018 Shopee memiliki nilai total GMV

sebanyak 2,7 miliar US Dollar, naik 153% dari tahun sebelumnya. Shopee juga menerima penghargaan sebagai salah satu *The Best in Marketing Campaign* dalam Marketing Award 2017. Selain itu, Shopee menerima penghargaan di ajang Bright Awards Indonesia 2017 sebagai Iklan Paling Berkesan untuk iklannya yang mengusung tema kedekatan Presiden Joko Widodo dengan masyarakat.

Visi Shopee adalah menjadi *mobile marketplace* nomor satu di Indonesia. Misi Shopee adalah mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia. Shopee menjunjung nilai-nilai sebagai berikut:

1. *Serve* berarti Shopee berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi dan melayani yang tak terlayani.
2. *Adapt* berarti Shopee merangkul perubahan, merayakannya dan selalu berusaha untuk menjadi pemikir terdepan yang mempengaruhi hal itu.
3. *Run* artinya Shopee selalu dalam perlombaan konstan untuk sukses, bergerak lebih cepat, lebih baik dan dengan lebih tepat setiap harinya.
4. *Commit* artinya berkomitmen terhadap nilai-nilai perusahaan, institusi, pelanggan, dan partner, serta berkomitmen melakukan yang terbaik.
5. *Stay humble* berarti Shopee tidak akan pernah berhenti menjadi rendah hati dalam perjalanan bisnisnya.

Produk yang ditawarkan Shopee sangatlah beragam. Shopee menawarkan berbagai macam kebutuhan pria dan wanita yang menyesuaikan gaya hidup di Indonesia. Shopee selalu berusaha menawarkan produk yang trendy dan mengikuti gaya hidup. Tidak hanya hal-hal fashion, Shopee juga menawarkan barang elektronik, alat rumah tangga, dan kebutuhan olahraga.

Shopee memberikan layanan terbaik kepada penjual dan pembeli, serta memudahkan penjual dan pembeli dalam kegiatan jual beli. Untuk mendukung kegiatan pengiriman barang, Shopee bekerjasama dengan banyak perusahaan pengiriman dalam maupun luar negeri. Shopee juga memberikan fasilitas untuk membantu proses pembayaran dan jendela obrolan untuk mempermudah interaksi antara penjual dan pembeli.

Logo PT SHOPEE INTERNATIONAL INDONESIA

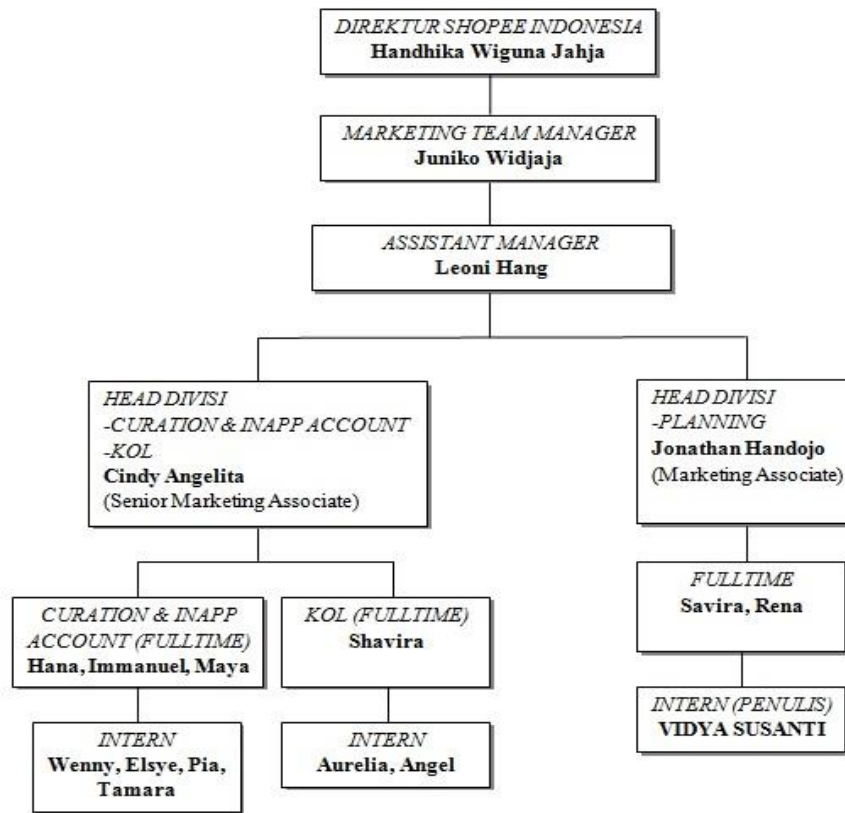


Gambar 2.1 Logo PT SHOPEE INTERNATIONAL INDONESIA

Makna logo Shopee adalah warna jingga memperlihatkan identitas Shopee dan ekspresi kebahagiaan sebagai tanda kepuasan terhadap aplikasi Shopee. Warna jingga merupakan warna identitas dari perusahaan Shopee, dapat dilihat dari media promosi, tampilan aplikasi Shopee dan tentunya dari logo Shopee tersebut. Gambar kantong belanja raksasa dengan huruf S besar ingin menunjukkan bahwa Shopee merupakan *e-commerce* yang besar dan sangat berpengaruh di kehidupan. Shopee ingin menunjukkan bahwa segala hal dapat dicari dan dapat dijual di Shopee, sehingga mempermudah kehidupan manusia masa kini.

2.2 Struktur Unit Terkait

Bagan 2.1 Struktur Unit Terkait



Shopee Indonesia mempunyai Direktur bernama Handhika Wiguna Jahja yang mengempalai Shopee Indonesia. Di bawahnya ada Marketing Team Manager yang bernama Juniko Widjaja. Di bawah Marketing Team Manager, ada Leoni Hang sebagai Assistant Manager. Leoni Hang mengempalai tiga unit yakni Unit Curation & Inapp Account, Unit KOL, dan Unit Planning.

Sebagai kepala Unit Curation & Inapp Account dan Unit KOL adalah Cindy Angelina, Senior Marketing Associate. Di bawahnya terdapat dua bagian kecil yaitu Curation & Inapp Account dengan tiga orang pegawai *full time* bernama Hana, Immanuel, dan Maya, serta beberapa pegawai magang, yakni Wenny, Elsy, Pia, dan Tamara. Sementara di bagian KOL ada Shavira sebagai pegawai *full time* dan dua pegawai magang, yakni Aurelia dan Angel.

Penulis ada di bawah Unit Planning yang dipimpin oleh Jonathan Handoyo sebagai Marketing Associate. Dalam Unit Planning, ada dua pegawai *full time* yakni Savira dan Rena, serta penulis sebagai mahasiswa magang.

2.3 Ruang Lingkup Kerja Unit Terkait

Unit ShopeeFeed, sesuai namanya, tentu saja mengurus segala hal yang berurusan dengan ShopeeFeed. Penulis, sebagai anggota dari Unit Planning, mempunyai tiga tugas utama yang harus diselesaikan, yakni *push notification*, *giveaway*, dan *competition*. Ketiganya merupakan bagian penting dari perencanaan komunikasi ShopeeFeed.

Push notification adalah pesan pendek yang otomatis muncul di layar *smartphone*. Pemilik aplikasi dapat mengirimkan pesan tersebut setiap waktu meski pemilik *smartphone* tidak tengah membuka aplikasi bersangkutan. Banyak informasi dikirimkan melalui *push notification*, misalnya iklan, *giveaway*, diskon, inspirasi, dan lainnya. Kegiatan *giveaway* adalah kegiatan yang dilakukan tiap bulan untuk *seller* dan *user*. *Seller* dan *user* tidak perlu membuat foto atau mengunggah foto di aplikasi. Sementara kegiatan *competition* dilakukan setiap bulan. ShopeeFeed mengadakan kompetisi untuk penjual dan pengguna biasa. Ketentuan untuk ikut dalam kompetisi ini tidak sulit, hanya dengan mengunggah foto sesuai ketentuan dari ShopeeFeed.

Selain tiga tugas utama tersebut, penulis juga diwajibkan turut serta dalam kegiatan perencanaan lainnya seperti menganalisis kompetitor, mengikuti rapat besar, melakukan presentasi, membuat *public speaking*, mengurus *partnership*, dan masih banyak lagi.