

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil PT Shopee International Indonesia

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 *customer to 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 penggunaannya 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 (Aris, 2021).

Selain layanan yang begitu beragam, Shopee juga memiliki logo (gambar 2.1) yang melambangkan perusahaannya yaitu logo berwarna jingga 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, 2021

### **2.1.1 Visi dan Misi**

Sebagai *market leader e-commerce* di Indonesia, Shopee memiliki visi dan misi dalam menjalankan bisnisnya, 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 (Aris, 2021).*

Shopee ingin menciptakan suasana belanja *online* yang mudah, menyenangkan, dan juga dapat diakses oleh siapapun. Dengan adanya kemajuan teknologi, Shopee hadir untuk menjadi *platform* di mana penjual dan pembeli dapat menjadi sebuah kesatuan.

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* (Aris, 2021).

Shopee dalam mendefinisikan perusahaannya selalu menerapkan tiga nilai yaitu sederhana, senang, dan kebersamaan. Ketiga hal tersebut mendeskripsikan bagaimana SDM Shopee berbicara, berperilaku dalam berbagai bentuk situasi.

### **2.1.2 Media Sosial dan Website**

Shopee dalam menjalankan pemasarannya juga melalui *website* dan Instagram selain aplikasi yang dimilikinya. Shopee aktif melakukan promosi dan mengunggah kegiatan yang dijalankan melalui akun Instagramnya yaitu @shopeelive\_id dan juga *website* resminya yaitu shopee.co.id. Melalui Instagram, para pengguna juga dapat berinteraksi langsung melalui kolom komentar atau tergabung dalam sesi *live* yang diadakan Shopee Live di Instagram, sedangkan melalui *website*, para pengguna juga dapat berbelanja dan menyaksikan *live streaming* Shopee Live.

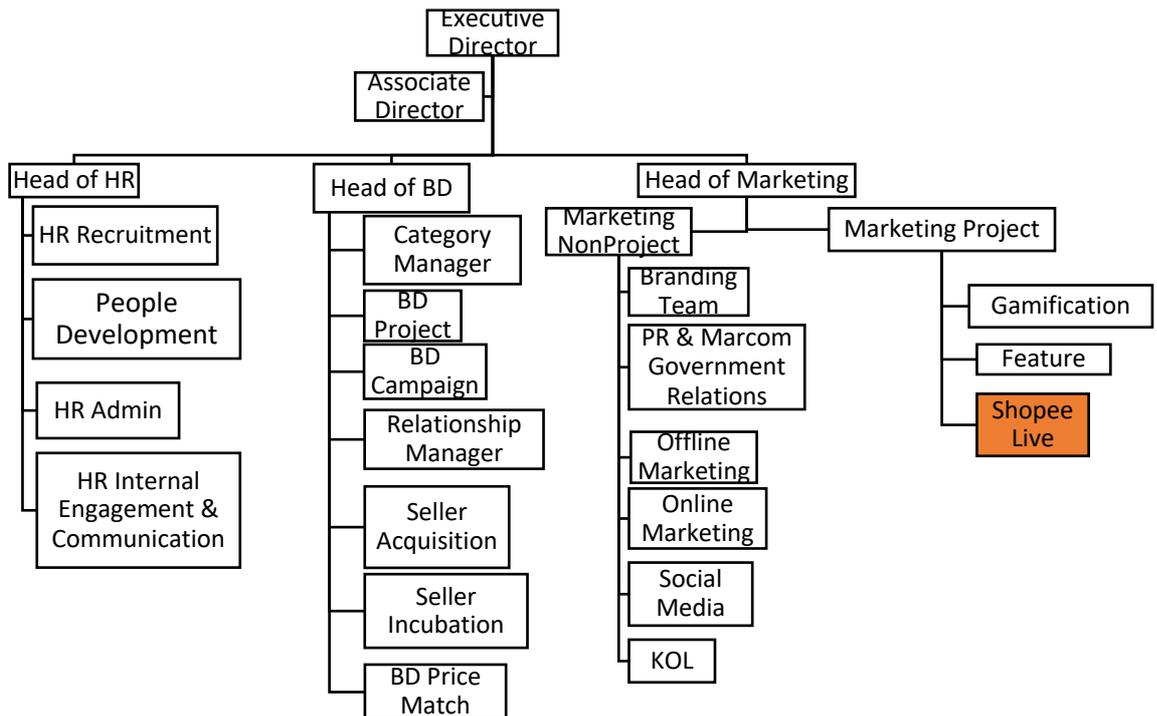
### **2.2 Struktur Organisasi**

Dalam menjalankan bisnisnya, Shopee memiliki susunan organisasi dengan pembagian beberapa divisi (bagan 2.1) sesuai dengan pekerjaannya masing-masing. Posisi teratas yaitu *executive director* lalu diikuti oleh *associate director* dan terdapat tiga divisi dibawahnya, di antaranya divisi HR (*Human Resources*), divisi BD (*Business Development*), dan divisi *marketing* yang dibagi menjadi dua tim yaitu *marketing project* dan *marketing non project*. Di mana dalam Shopee Live termasuk dalam tim *marketing project*.

Divisi HR bertanggung jawab atas seluruh karyawan dan juga kebutuhan bisnis terkait sumber daya yang mendukung kegiatan bisnis Shopee. Sedangkan,

divisi BD bertugas untuk mencari segala bentuk peluang bisnis dalam upaya mempertahankan Shopee sebagai *market leader*. Divisi *Marketing* sendiri bertugas untuk menjalankan pemasaran dalam upaya peningkatan jumlah pengguna Shopee.

**Bagan 2.1 Struktur Organisasi PT Shopee International Indonesia**



Sumber : Data diolah oleh penulis, 2021

### 2.3 Ruang Lingkup Kerja

Shopee Indonesia dipimpin oleh Handhika Wiguna Jahja sebagai direktur. Pada pelaksanaan magang, penulis berada dalam divisi *marketing* yang dipimpin oleh Daniel Tjandra sebagai *Marketing Project Team Manager* yang mengepalai empat Tim, yaitu Tim *In-House Content*, Tim *Non Seller Streamers*, dan Tim *Talent Acquisition* yang dipimpin oleh Hanif Thamrin. Tim *Seller Streamers* yang dipimpin oleh Frendy.

**Bagan 2.2 Ruang Lingkup Kerja Shopee Live**



Sumber : Data diolah oleh penulis, 2021

Penulis dalam melaksanakan kerja magang, berada dalam divisi *Marketing Project* Shopee Live khususnya di tim *non-seller streamers (partnership)*. Selama pelaksanaan magang, penulis diawasi oleh *Assistant Manager Marketing Project* dan *Senior Marketing Analyst* atau *Staff*.

Shopee Live terdiri dari empat tim (bagan 2.2) yaitu tim *In-House Content*, tim *Seller Streamers*, tim *Non Seller Streamers*, dan tim *Talent Acquisition*. Tim *In House Content* bertugas untuk membuat konten untuk *official account* Shopee (@shopeelive\_id) di setiap *live*-nya. Tim *Seller Streamers* bertugas untuk membuat *campaign* setiap bulannya, *manage* para *seller* yang ada di Shopee, memberikan *input* kepada *seller* untuk membantu meningkatkan performa *seller* dan juga membantu menangani masalah yang dihadapi *seller*. Tim *Talent Acquisition* bertugas untuk membantu divisi-divisi lain dalam menyediakan *talent* atau KOL khususnya bagi tim *In-House*.

Tim *Non Seller Streamers (partnership)* bertugas untuk bekerja sama dengan para KOL untuk melakukan *live streaming* di Shopee Live dengan akun mereka masing-masing dengan tujuan untuk *endorsement* yaitu salah satu taktik

bisnis dalam upaya promosi barang atau jasa di media sosial (Christvidya, 2021) dan juga peningkatan jumlah pengikut *streamers* serta keterlibatan pengguna Shopee. Tak hanya itu, tim ini juga bertugas untuk melakukan *curation* terhadap KOL yang akan melakukan *live*, *schedulling live* setiap harinya, melakukan *monitoring* melalui sistem *back end* pada saat KOL *live* dan merekap jumlah *likes*, *viewers*, *pcu* dan *juga followers growth* para KOL. Tim ini juga bertugas membuat konten yang nantinya akan dibawakan oleh KOL.