



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. Tentang Perusahaan

Dilansir dari careers.shopee.co.id (Shopee Indonesia, 2015) Shopee adalah sebuah *platform* yang disesuaikan sesuai dengan wilayah tersebut. Didirikan pada tahun 2015 di Indonesia, Singapura, Malaysia, Filipina, Thailand, Taiwan dan Vietnam hingga berhasil melakukan ekspansi ke Brazil pada 2019. Shopee menawarkan pengalaman belanja secara *online* yang mudah, aman dan cepat serta pembayaran yang didukung penuh. Shopee percaya dengan kekuatan transformasi teknologi. Shopee dapat merubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan sebuah *platform* yang menghubungkan pembeli dengan penjual di dalam satu komunitas.

Dilansir dari sea.com (Sea Group, 2015) Shopee merupakan salah satu bagian dari produk dan layanan milik Sea Group. Perusahaan ini dikenal sebagai perusahaan internet konsumen global yang berasal dari Singapore. Sea Group adalah induk perusahaan dari Shopee, Garena dan SeaMoney. Dinaungi oleh Sea Group, Shopee secara konsisten berada di posisi teratas dengan kategori *shopping* di Asia Tenggara. Berada dalam urutan ketiga sebagai aplikasi belanja yang paling sering diunduh secara global di tahun 2020. Mendapatkan peringkat pertama di YouGov's sebagai *Best APAC Buzz Rankings 2020* dan peringkat ke delapan di YouGov's sebagai *Best Global Brands 2020*.

Dikutip dari (Romindo, et al., 2019, p. 15) Shopee diklasifikasikan ke dalam model *e-commerce* yaitu *consumer to consumer* (C2C). Di dalam model ini transaksi dilakukan ketika konsumen menjual produk secara langsung ke konsumen. Namun pada tahun 2017 lalu, Shopee meluncurkan Shopee Mall maka juga diusung model *business to customer* (B2C). Dimana Shopee juga menyediakan *platform* bagi para perusahaan atau *brand* ternama untuk menjual produknya kepada konsumen.

Dalam upaya meningkatkan pelayanan Shopee kerap melakukan inovasi-inovasi salah satunya dengan menambahkan fitur baru. Seperti yang dilansir oleh tempo.co (Saleh, 2019) menyebutkan Shopee membuat fitur baru yang memungkinkan para penjual memasarkan produk melalui *live streaming* di dalam *platform*. Fitur ini dibuat oleh Shopee untuk memudahkan proses transaksi dan mengurangi pertanyaan yang diajukan seputar produk melalui fitur obrolan. Shopee Live juga dapat digunakan dari para pelaku usaha kecil, menengah, makro hingga *brand* resmi. Selain itu juga ada fitur lain seperti Shopee Pay, Shopee Food, SpayLater, dan Spinjam.

Shopee merupakan perusahaan yang dijalankan berdasarkan dengan nilai-nilai. Nilai yang dianut mencerminkan prinsip serta kepercayaan dalam menjalankan pekerjaan. Membentuk tingkah laku, cara berpikir, hingga memengaruhi cara pengambilan keputusan. Kelima nilai tersebut meliputi:

a. Kita Melayani

Melakukan upaya yang tulus ketika membantu pelanggan dan melampaui ekspektasi yang dianggap tidak mungkin dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

b. Kita Beradaptasi

Mengantisipasi perubahan dengan membuat rencana dan melihat setiap perubahan sebagai sebuah kesempatan untuk menjadi lebih baik.

c. Kita Berlari

Memiliki dorongan yang kuat dari diri sendiri untuk menyelesaikan sesuatu dan terus menantang diri sendiri untuk mendorong melewati batasan yang tidak mungkin.

d. Kita Berkomitmen

Menjadi pribadi yang dapat diandalkan, memegang standar tinggi dan bersikap proaktif mencari cara agar perusahaan menjadi lebih baik.

e. Kita Tetap Rendah Hati

Menjadi yang pertama menanggung rasa sulit dan menjadi yang terakhir untuk menikmati kesuksesan dan selalu belajar dari sudut pandang berbeda termasuk kolega atau pesaing.

2.2. Visi Misi Perusahaan

Merujuk pada pemaparan Aris dalam (Julianne, 2021) adapun visi dan misi yang dimiliki oleh Shopee untuk menjalankan bisnis sebagai berikut:

Visi: Shopee memiliki kemauan untuk menghadirkan pengalaman belanja *online* yang menyenangkan dan mudah untuk diakses. Bersamaan dengan perkembangan teknologi, Shopee memanfaatkan hal tersebut dengan menyediakan wadah yang menyatukan penjual dan pembeli.

Misi: Dalam menginterpretasikan Shopee sebagai *e-commerce* konsisten menerapkan nilai sederhana, bahagia dan kebersamaan. Nilai tersebut yang mencerminkan bagaimana *manpower* Shopee berbahasa dan berkarakter.

2.2.1 Ruang Lingkup Divisi *Live Stream*

Dalam praktik kerja magang ini penulis berada di dalam divisi *live stream* yang bertugas untuk membantu, membangun relasi, membantu dan membuat laporan partisipasi penjual dalam *live stream*. Adapun divisi yang ikut terlibat bekerjasama dengan divisi penulis adalah:

a. Sub-Divisi *Operations*

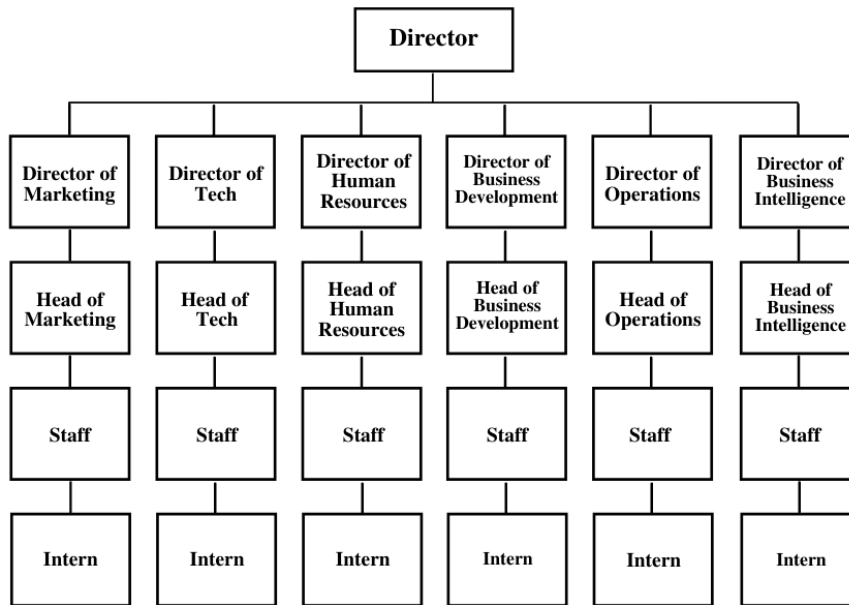
Bekerjasama untuk memastikan siaran langsung para *streamer* dapat berjalan dengan baik seperti tidak ada masalah dengan sistem atau *bug* untuk memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna. Memastikan penjual mendapatkan eksposur dan *reminder streaming* sesuai dengan permintaan. Selain itu, divisi ini juga membantu melacak pelanggaran yang dilakukan oleh penjual di Shopee Live seperti *fraud*, *hate speech*, *scam*, transaksi di luar Shopee, menjual produk yang dilarang dan pelanggaran lainnya.

b. Sub-Divisi *Business Development*

Bekerjasama dengan divisi ini dalam membantu untuk membangun kerjasama dengan para *streamer* yang ada di Shopee Live. Setiap *streamer* akan difasilitasi satu *Shopee Live Advisor* (SLA) dan satu *Relationship Manager* (RM) yang akan membantu para *streamer*.

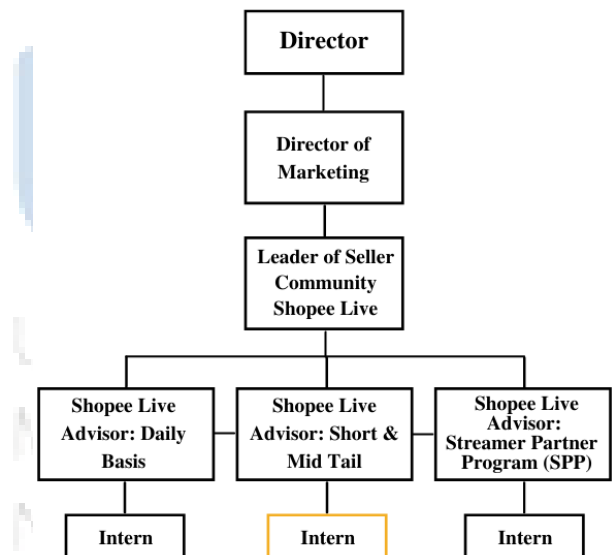
2.3. Struktur Organisasi Perusahaan

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Shopee Indonesia



Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2021

Bagan 2. 2 Struktur Divisi Marketing-Live Stream Shopee Indonesia



Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2021