



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.

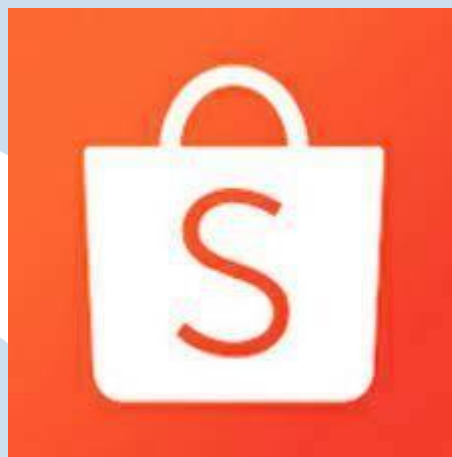
Copyright and reuse:

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 2 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil PT Shopee International Indonesia

Shopee adalah salah satu *platform e-commerce* yang ada di Indonesia. Shopee bernaung dibawah SEA Group yang merupakan perusahaan induknya. Pada tahun 2015, Shopee diluncurkan di 7 wilayah berbeda di Asia, yaitu Singapura, Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina. Pada tahun 2018 Shopee memperoleh *Gross Merchandise Value* (GMV) sebesar lebih dari 10 miliar dolar Amerika Serikat. Pada tahun yang sama juga, Shopee mendapatkan lebih dari 600 juta transaksi pada *platform*-nya. Saat ini Shopee International dipimpin oleh Chris Feng selaku CEO. Chris Feng sendiri memiliki pengalaman sebagai pengembang dari Lazada dan Zalora sebelumnya.



Sumber (Shopee, 2021)
Gambar 2.1 Logo Shopee

Shopee kembali mendapat pencapaian luar biasa hingga dinobatkan sebagai perusahaan *e-commerce* nomor satu di Indonesia pada awal tahun 2020 (Pressrelease.id, 2020). Untuk mempertahankan posisinya, PT Shopee International Indonesia selalu melakukan perkembangan dan inovasi dengan fitur yang ada pada aplikasi sebagai berikut.

1. Shopee Pay



Sumber: (Shopee, 2021)

Gambar 2.2 Logo Shopee Pay

Fitur ini merupakan bentuk dari uang elektronik yang dapat digunakan sebagai alat transaksi baik di dalam aplikasi Shopee maupun di luar aplikasi seperti membayar makanan di restoran.

2. Shopee Feed



Sumber: (Shopee, 2021)

Gambar 2.3 Logo Shopee Feed

Shopee Feed merupakan fitur yang dapat digunakan pengguna aplikasi untuk berbagi *update* mengenai aktivitas mereka. Biasanya fitur ini digunakan pengguna untuk memperkenalkan atau memberi pesan kepada pengguna lain

mengenai suatu produk yang dijual dalam format foto maupun video disertai keterangan.

3. **Shopee Video**

Shopee Video merupakan fitur baru yang dibuat agar pengguna dapat berbagi konten berupa video singkat dengan format *portrait*. Fitur ini dimunculkan melihat minat masyarakat akan konten dengan format tersebut.

4. **Shopee Food**



Sumber: (Shopee, 2021)

Gambar 2.4 Logo Shopee Food

Fitur ini dikembangkan agar pengguna dapat memesan makanan atau minuman melalui aplikasi Shopee selayaknya pada aplikasi ojek *online*. Transaksi pada fitur ini juga dapat menggunakan fitur Shopee Pay sebagai alat pembayarannya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

5. Shopee Live



Sumber: (Shopee, 2021)

Gambar 2.5 Logo Shopee Live

Pada fitur ini pengguna dapat menggunakannya untuk *live streaming*. *Live streaming* ini bisa digunakan untuk mempromosikan produk yang dijual di toko Shopee masing-masing pengguna secara *real time*. Di dalam Shopee Live juga terdapat fitur-fitur tambahan lainnya guna menarik konsumen.



Sumber: (Shopee, 2021)

Gambar 2.6 Contoh Shopee Live

2.1.1 Visi Perusahaan

Kami percaya pada kekuatan transformatif dari teknologi dan ingin mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan platform untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas.

2.1.2 Misi Perusahaan

Untuk mewujudkan visi tersebut, Shopee memiliki 5 nilai yang dipegang kuat, sebagai berikut.

1. Kami Melayani

- a. Pelanggan selalu benar.
- b. Lampaui ekspektasi pelanggan, berikan di atas dan lebih dari yang diharapkan.

2. Kami Beradaptasi

- a. Mengantisipasi perubahan dan membuat rencana lebih awal.
- b. Menerima perubahan yang tidak terduga dan tetap melakukannya dengan baik.

3. Kami Berlari

- a. Mempunyai dorongan dari diri sendiri yang kuat untuk menyelesaikan sesuatu, tidak perlu didorong-dorong oleh orang lain.
- b. Selalu memiliki rasa urgensi tinggi untuk menyelesaikan pekerjaan.

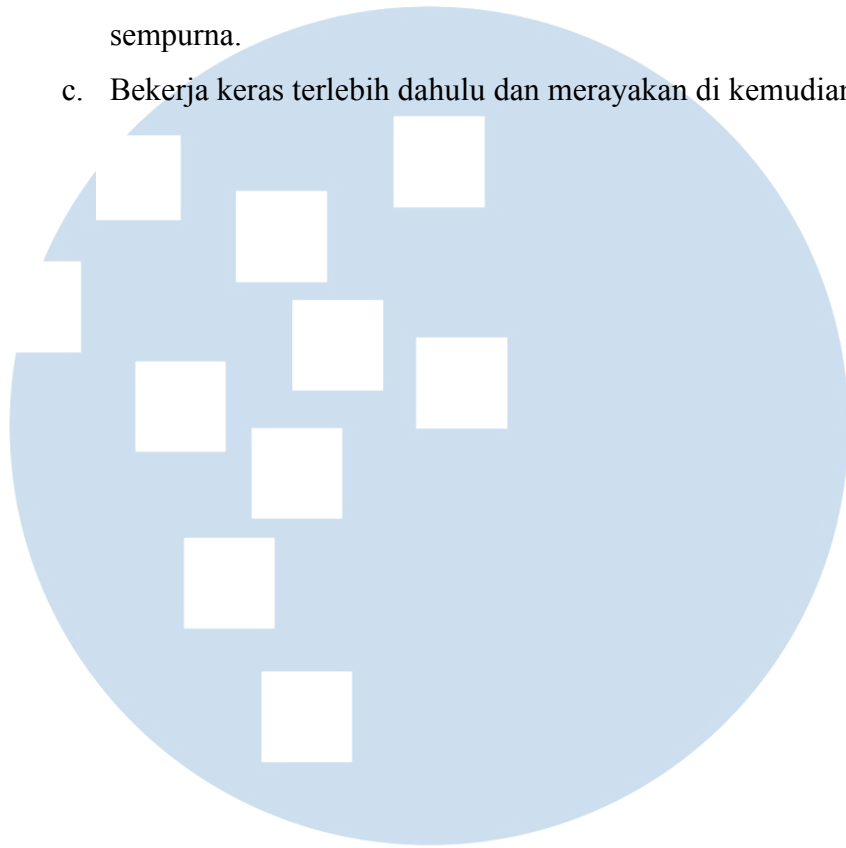
4. Kami Berkomitmen

- a. Menjadi orang yang bisa diandalkan, melakukan apa yang kita janjikan akan kita lakukan.
- b. Memegang standar yang tinggi, tidak mengambil jalan pintas bahkan saat tidak ada yang melihat.
- c. Berlaku sebagai seorang pemilik, bersikap proaktif mencari cara untuk membuat perusahaan lebih baik.

5. Kami Tetap Rendah Hati

- a. Mempunyai mentalitas bahwa kita adalah *underdog* yang masih harus belajar dan terus belajar dari kondisi pasar dan pesaing.

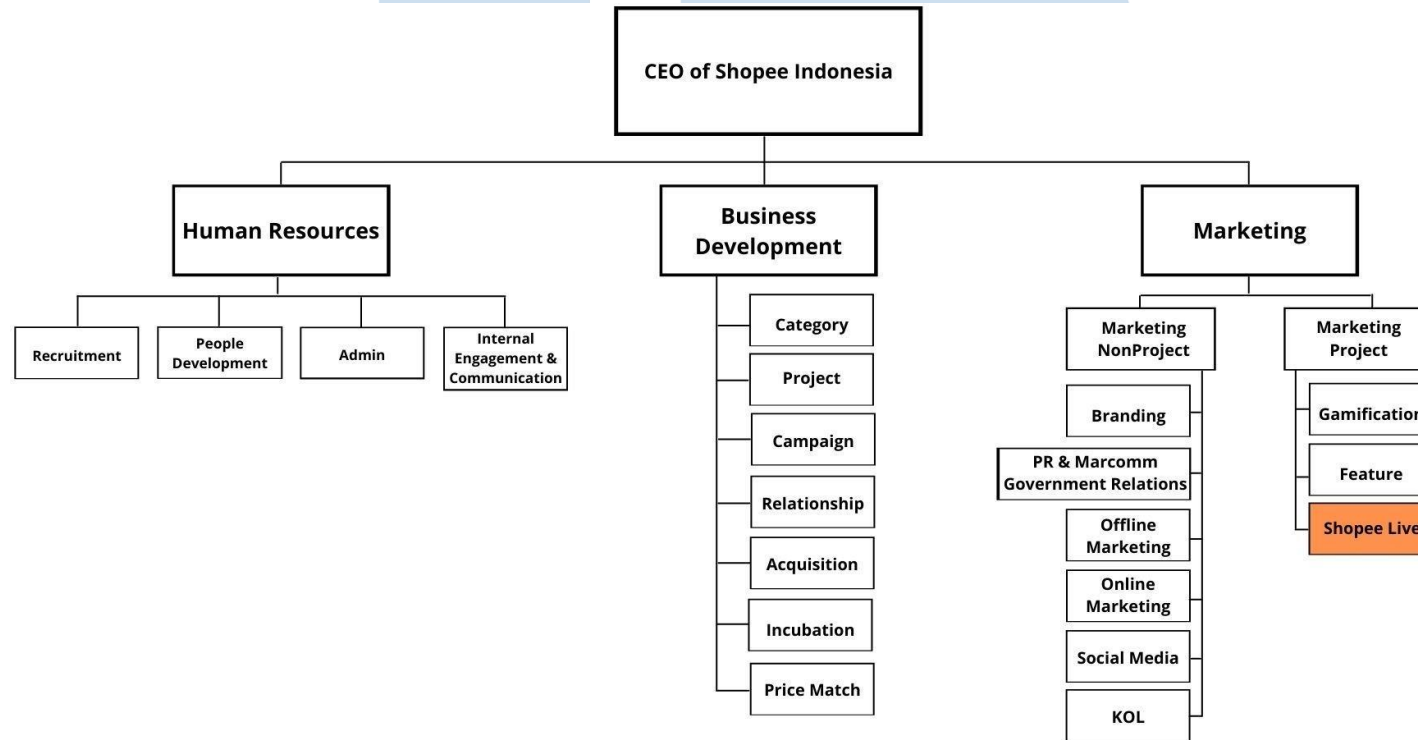
- b. Menerima bahwa kita tidak sempurna dan tidak akan pernah menjadi sempurna.
- c. Bekerja keras terlebih dahulu dan merayakan di kemudian hari.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

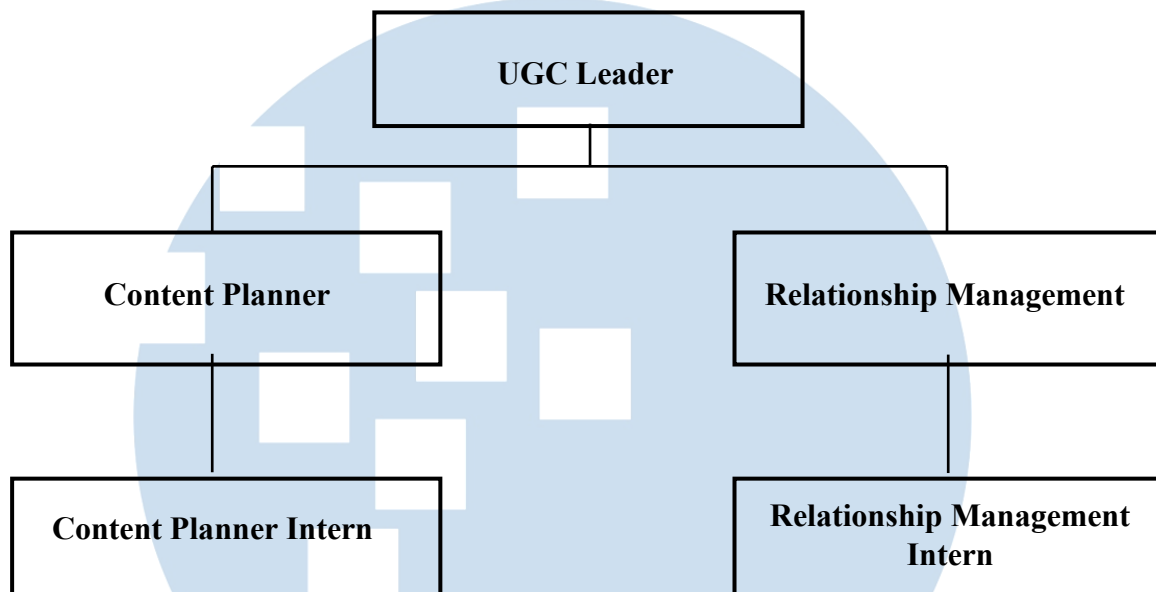
2.2 Struktur Organisasi PT Shopee International Indonesia



(Sumber olahan penulis, 2021)

Gambar 2.7 Struktur Organisasi PT Shopee International Indonesia

2.3 Struktur Divisi User Generated Content (UGC)



(Sumber olahan penulis, 2021)

Gambar 2.8 Struktur Organisasi PT Shopee International Indonesia

2.4 Ruang Lingkup Kerja Divisi User Generated Content (UGC)

Divisi User Generated Content atau yang biasa disebut UGC merupakan divisi yang menangani *marketing* dalam bentuk *live streaming* di Shopee Live. Tugas dari UGC tentunya memastikan agar *marketing live streaming* berjalan lancar. Divisi UGC dipimpin oleh Rizky Hudanto sebagai Team Leader. Terdapat dua posisi berbeda di bawah Team Leader, yaitu Content Planner yang dipimpin oleh Tania Aprilia dan Relationship Management dipimpin oleh Diandra Widyasari.

Divisi Content Planner memiliki tugas sesuai dengan namanya, yaitu membuat konten. Di sisi lain, Content Planner harus menganalisa konten *live streaming* dan juga karakteristik *brand* atau *seller* agar dapat menciptakan konten yang berkualitas. Hal tersebut dilakukan guna memastikan efektivitas dari kegiatan *marketing* di Shopee Live. Berdasarkan data yang sudah didapat, divisi UGC harus membuat konten sesuai dengan *target audience* berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, memiliki kisaran umur 18-30 tahun, dan juga memiliki SES *level C*.

Berbeda dengan divisi Content Planner, divisi Relationship Management memiliki tugas untuk menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal terkhusus *host* yang nantinya akan melakukan *live streaming* di Shopee Live. Divisi ini juga harus memberikan penjelasan mengenai program dan kebijakan yang ada dalam Shopee Live. Selain itu, divisi ini juga memberikan edukasi mengenai teknis yang dapat membantu *host* dalam menjalankan tugasnya. Lalu, *host* juga harus diawasi dan diberi masukan atau saran agar Shopee Live bisa menjadi alat *marketing* yang efektif.

Kedua divisi tersebut saling bekerja sama dan membantu sama lain dalam menjalankan tugas. Di sisi lain divisi UGC juga bekerja sama dengan divisi Backend atau bisa dibilang IT. Sebagai kegiatan *marketing* yang menggunakan teknologi sebagai alat bantu tentu akan ada masalah yang dialami terkait dengan teknologi, maka dari itu divisi UGC juga selalu bekerja sama dengan divisi Backend. Di sisi lain, divisi Backend juga memberikan data kuantitatif mengenai *live streaming* yang dilakukan sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi dan pengembangan konten untuk kegiatan *live streaming* selanjutnya.

