



### **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 Perusahaan

PT Shopee International Indonesia merupakan perusahaan *e-commerce* yang dinaungi oleh SEA *group*. PT Shopee International Indonesia sendiri merupakan nama resmi dari perusahaan Shopee yang berada di Indonesia. Shopee didirikan pada tahun 2015 dengan kantor pusat pertama di negara Singapura dan menjadi platform *e-commerce* dengan basis *mobile marketplace* yang pertama kali ada di kawasan Asia Tenggara dan Taiwan dengan menawarkan fitur transaksi jual beli secara *online* (Shopee Karir, 2021). *E-commerce* Shopee telah menjangkau pasarnya sampai pada tujuh negara di kawasan Asia Tenggara, yakni Singapura, Indonesia, Filipina, Vietnam, Malaysia, Taiwan dan juga Thailand. Kemudian pada tahun 2019, Shopee akhirnya membuka pasarnya di negara Brasil yang menjadikan negara tersebut sebagai negara pertama di wilayah Amerika Selatan yang dijangkau oleh *e-commerce* Shopee.

Shopee memiliki tujuan untuk menyediakan platform berbelanja yang dapat menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas seiring dengan perkembangan teknologi digital. *Positioning* yang dimiliki *e-commerce* Shopee adalah sebagai *one-stop platform* yang menawarkan pengalaman berbelanja pada platform satu atap dengan penawaran produk yang lengkap, komunitas sosial untuk eksplorasi, serta pelayanan-pelayanan yang memuaskan pada platformnya.

Awalnya Shopee merupakan *marketplace* yang basis pasarnya adalah *consumer to consumer* (C2C). Namun, saat ini Shopee telah beralih ke model *hibrid* yaitu C2C dan *business to consumer* (B2C) dengan adanya fitur Shopee Mall yang merupakan platform belanja *online* pada *e-commerce* Shopee yang dikhususkan bagi toko atau distributor resmi. Hingga saat ini, Shopee terus mengembangkan sejumlah layanan pada platformnya seperti dengan adanya fitur Shopee LIVE,

Shopee Feed, Shopee Food, sampai pada fitur *in-app games* di layanan *e-commerce*-nya, dan masih banyak fitur-fitur lainnya.

### 2.1.1 Logo Perusahaan



Sumber: (Website Resmi Shopee, 2021)

**Gambar 2.1** Logo Perusahaan Shopee

*E-commerce* Shopee memiliki logo yang melambangkan perusahaannya dengan filosofi warna jingga yang diartikan sebagai warna yang hangat, memiliki daya tarik, dan juga mampu meningkatkan minat pembelian lewat warnanya yang melambangkan kebahagiaan. Sedangkan, logo perusahaan digambarkan dengan gambar keranjang belanjaan dan huruf 'S' yang melambangkan simbol utama dari *e-commerce* Shopee sebagai platform untuk berbelanja *online*.

### 2.1.2 Visi Misi Perusahaan

Shopee memiliki visi untuk menjadi *mobile* marketplace nomor 1 di Asia Tenggara. Sedangkan untuk Misinya sendiri adalah untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di kawasan Asia Tenggara.

### 2.1.3 Nilai-nilai Perusahaan

1) *WE SERVE*

Pelanggan selalu benar, sehingga Shopee selalu ingin melampaui ekspektasi pelanggannya dengan memberikan lebih dari apa yang diharapkan.

2) *WE ADAPT*

Mengantisipasi perubahan dan membuat rencana lebih awal, juga menerima perubahan yang tidak terduga dan tetap melakukannya dengan baik.

3) *WE RUN*

Mempunyai dorongan dari diri yang kuat untuk dapat menyelesaikan sesuatu, tidak perlu menunggu mendapatkan dorongan oleh orang lain, serta selalu memiliki rasa urgensi tinggi untuk menyelesaikan pekerjaan.

4) *WE COMMIT*

Menjadi yang bisa diandalkan dengan melakukan apa yang dijanjikan. Memegang standar yang tinggi, tidak mengambil jalan pintas bahkan saat tidak ada yang melihat. Berlaku sebagai seorang pemilik, bersikap proaktif mencari cara untuk membuat perusahaan lebih baik.

5) *WE STAY HUMBLE*

Mempunyai mentalitas untuk terus belajar dari kondisi pasar dan pesaing. Menyadari bahwa kita tidak sempurna dan tidak akan pernah menjadi sempurna. Serta bekerja keras terlebih dahulu dan merayakan di kemudian hari.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Perusahaan Shopee memiliki susunan struktur organisasi perusahaan dengan pembagian divisi yang diklasifikasikan berdasarkan lingkup pekerjaannya, yaitu:

1) *Marketing*: Divisi yang bertanggung jawab dalam menjalankan kampanye dengan tujuan membangun *awareness*, *acquisition*, serta *engagement* pengguna pada platform Shopee.

2) *Tech*: Divisi yang bertanggung jawab dalam membangun dan mengelola produk teknologi Shopee, dalam melayani dan memberikan pengaruh kepada pelanggan di berbagai cakupan regional.

3) *HR*: Divisi yang bertanggung jawab dalam menciptakan lingkungan kerja dan membangun hubungan karyawan yang positif dengan mengelola strategi *human resource* yang efektif.

- 4) *Business Development*: Divisi yang bertanggung jawab dalam membangun kemitraan yang kuat dengan *merchants* dalam membangun rencana strategis untuk pertumbuhan bisnis.
- 5) *Operations*: Divisi yang bertanggung jawab dalam mendukung stabilitas sistem untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pengguna.
- 6) *Business Intelligence*: Divisi yang bertanggung jawab dalam pengumpulan data dan analisis guna mendorong pengambilan keputusan yang tepat bagi bisnis perusahaan.

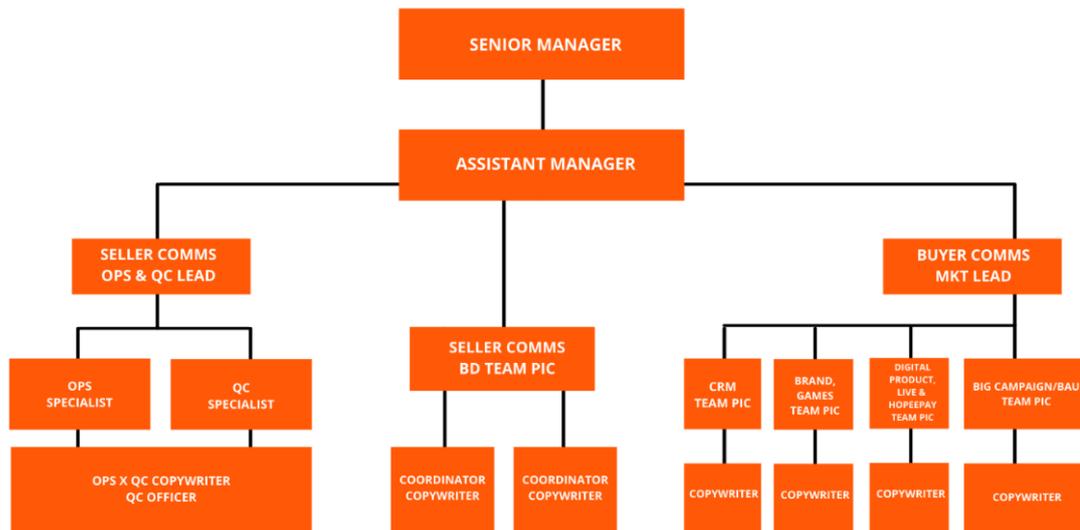
### 2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

*Copywriter* pada perusahaan Shopee Indonesia tergabung pada Divisi Marketing Communications yang dinaungi oleh Divisi Marketing Shopee. Posisi *Copywriter* pada Divisi Marketing Communications Shopee memiliki peranan dalam merancang pesan komunikasi untuk disampaikan dengan baik dan tepat sasaran kepada *audiens* Shopee. Divisi Marketing Communications Shopee Indonesia terbagi menjadi tiga bagian utama berdasarkan fokus operasionalnya, yaitu:

1. Sub-divisi Seller Communications - Business Development, yang berfokus pada perancangan pesan komunikasi berkaitan dengan kebutuhan Tim Business Development Shopee meliputi kampanye, program, dan fitur promosi lainnya kepada penjual Shopee.
2. Sub-divisi Seller Communications - Operations & QC, yang berfokus pada perancangan pesan komunikasi berkaitan dengan seluruh kegiatan *operational* Shopee seperti informasi terkait bidang logistik dan lain sebagainya kepada penjual Shopee.
3. Sub-divisi Buyer Communications - Marketing, yang berfokuskan pada seluruh perancangan pesan komunikasi berkaitan dengan pemasaran *e-commerce* Shopee yang disampaikan kepada pembeli/pengguna Shopee.

Bentuk pesan komunikasi yang dirancang oleh Tim *Copywriter* Shopee mencakup seluruh *channel* yang dimiliki oleh *e-commerce* Shopee Indonesia, mulai dari *website*, aplikasi *mobile*, *e-mail*, SMS, sosial media, dan lain sebagainya.

Seluruh bentuk pesan komunikasi dari masing-masing *channel* yang disebarluaskan oleh Shopee menjadi tanggung jawab dari Divisi Marketing Communications. Berikut merupakan struktur dari Divisi Marketing Communications Shopee Indonesia.



Sumber: (Dokumen Tim Marketing Communications Shopee Indonesia, 2021)  
**Gambar 2.2** Struktur Divisi Marketing Communications Shopee

UMN

UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA