



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 Sejarah Singkat Perusahaan

Shopee merupakan *platform* belanja online atau dikenal juga dengan sebutan *electronic commerce* yang terkemuka di Asia Tenggara dan Taiwan dan didirikan pada tahun 2015. Shopee menjadi wadah untuk menghubungkan penjual, merek, dan pembeli di seluruh Asia dan wilayah lain yang berkembang pesat. *Platform* ini membuat proses jual beli bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Shopee memiliki cita-cita untuk mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan *platform* untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas dengan penawaran pengalaman belanja satu atap yang dapat diakses, mudah, dan menyenangkan, serta memberdayakan penjual untuk mengembangkan bisnis mereka dengan teknologi dukungan yang tepat.

Shopee merupakan anak perusahaan dari Sea Limited (NYSE:SE) yang sebelumnya dikenal dengan nama Garena. Sea Limited merupakan perusahaan internet konsumen terkemuka yang memiliki misi untuk memperbaiki usaha kecil dan kehidupan konsumen dengan teknologi. Selain Shopee ada pula bisnis inti lainnya termasuk cabang hiburan digitalnya, Garena, dan cabang layanan keuangan digitalnya, SeaMoney.

Shopee ingin memberikan penawaran pengalaman berbelanja yang aman, mudah, dan menarik agar proses belanja bisa dinikmati oleh jutaan orang setiap harinya. Selain dari kelengkapan produk yang disediakan, Shopee juga membangun sistem yang diharapkan bisa membantu konsumen memperoleh pengalaman belanja yang lebih menyenangkan dengan dukungan pembayaran dan logistik yang terintegrasi, serta fitur hiburan populer yang sudah disesuaikan dengan kondisi setiap pasar.

Shopee secara konsisten menduduki posisi teratas sebagai aplikasi belanja di Asia Tenggara dalam aspek pengguna aktif setiap bulannya, jumlah waktu penggunaan di aplikasi Android, dan jumlah *download*. Shopee dapat membangun prestasi tersebut dengan menjadi perusahaan yang aktif memberikan penawaran menarik untuk konsumennya seperti *9.9 Super Shopping Day*, *10.10 Brand Festival*, *11.11 Big Sale*, dan di *12.12 Birthday Sale*.



Gambar 2. 1 Budaya Shopee
(sumber Shopee Value Handbook, 2021)

Anak perusahaan Sea Limited ini pun memiliki berbagai nilai-nilai mendasar sebagai pengenalan Budaya perusahaan, yaitu: (Shopee, n.d.)

- a) Sempel: Shopee percaya kepada integritas dan kesederhanaan agar memastikan kehidupan jujur, sejati pada diri sendiri, dan bumi.
- b) Bahagia : Shopee ramah, penuh energi, dan menyukai kebahagiaan, serta menyalurkan rasa suka cita kepada orang yang ditemui.
- c) Bersama-sama : Shopee menikmati waktu yang berkualitas bersama sambil melakukan belanja *online* dengan teman dan keluarga.

Shopee juga menerapkan berbagai nilai-nilai yang diterapkan oleh perusahaannya, yaitu:

- a) Kita Melayani: Menganggap bahwa pelanggan selalu benar dan memberikan pelayanan yang melampaui ekspektasi.
- b) Kita Beradaptasi : Mengantisipasi permasalahan yang akan muncul di masa depan hingga siap menghadapi perubahan yang tidak terduga.

- c) Kita Berlari : Mendorong diri sendiri untuk menyelesaikan pekerjaan karena merasa adanya urgensi yang tinggi dalam setiap pekerjaan.
- d) Kita Berkomitmen: Melakukan hal yang dijanjikan dan menjadi seseorang yang bisa diandalkan dengan standari tinggi dan berperan proaktif dalam pekerjaan.
- e) Kita Tetap Berendah Diri: Membangun mentalitas rendah hati yang selalu merasa selalu harus belajar dari kondisi yang ada dan menerima kekurangan dan ketidaksempurnaan serta bekerja keras dahulu dan menikmati hasilnya nanti.



Gambar 2. 2 Logo Shopee
(sumber E-mail Shopee Indonesia, 2021)

Selain itu, logo Shopee menjadi salah satu tanda pengenal yang cukup penting. Banyak konsumen yang juga sudah familiar dengan logo tersebut. Logo berwarna jingga dilengkapi dengan lambang gambar.

U M M N
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

Tabel 2.1 Informasi Perusahaan

Nama Perusahaan	PT Shopee Internasional Indonesia
Alamat	Pacific Century Place (PCP) Tower, SCBD, Lot 10, 26th Floor Jl. Jenderal Sudirman No. 52-53, Senayan, Jakarta Selatan 12190
Telepon	(021) 80864200
Website	<i>www.career.shopee.co.id</i> atau <i>www.shopee.com</i>

(sumber Olahan Peneliti, 2021)

Selain website, Shopee menjaga hubungan dengan konsumen dan melaksanakan berbagai strategi *marketing*-nya juga melalui berbagai *platform* media sosial yang mereka miliki seperti Instagram dan Tiktok dengan username @shopee_id, Twitter dengan *username* @shopeeID, serta Youtube dengan nama SHOPEE Indonesia. Selain itu, Shopee juga memanfaatkan *shopee live* dan *shopee feed* sebagai *platform* untuk membangun startegi *marketing*.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Semenjak awal tahun 2021, terdapat regulasi baru yang mengatur data bagan untuk keperluan laporan pihak eksternal Shopee. Data bagan struktur organisasi secara umum atau terkhusus kepada satu divisi masuk dalam data yang bersifat konfidensial sehingga peserta magang tidak diperbolehkan untuk memasukkan data tersebut ke dalam laporan magang ini dan hanya bisa menggunakan data yang tersedia di laman *sea.com*.



(sumber sea.com, 2021)

Gambar 2. 4 Chief Product Officer Shopee



Gambar 2. 3 CEO Shopee

(sumber sea.com, 2021)

Chief Product Officer dan *CEO*. *Chief Product Officer* Shopee saat ini adalah David Chen, beliau juga merupakan salah satu pendiri Shopee. Selain itu, salah satu pemimpin dari Shopee adalah *CEO* yang sekarang ini ditempati oleh Chris Feng yang sebelumnya merupakan kepala bisnis seluler Shopee.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang e-commerce seperti Shopee. Setiap perusahaan di bidang ini, termasuk Shopee, perlu membentu strategi yang kuat agar mampu bersaing. Salah satunya adalah dengan membangun dan memiliki tim yang kuat. Pihak yang berkontribusi di dalam untuk mewujudkan berbagai objektif perusahaan disebut juga dengan *Shopee Team*.

Shopee Team terbagi menjadi enam pembagian divisi, yaitu:

- a) *Marketing*: Divisi yang bertanggung jawab dalam menjalankan berbagai kampanye dengan berbagai objektif seperti membangun *user awareness*, *acquisition*, dan *engagement*.
- b) *Tech*: Divisi yang bertanggung jawab dalam membangun dan mengelola teknologi Shopee, untuk melayani dan menyalurkan pengaruh kepada jutaan konsumen di berbagai regional.
- c) *HR*: Divisi yang bertanggung jawab dalam membangun lingkungan kerja, suasana kerja yang baik dan memupuk hubungan karyawan Shopee serta membangun strategi *human resource* yang efektif.
- d) *Business Development*: Divisi yang bertanggung jawab dalam membangun kemitraan yang kuat dengan membentuk rencana strategis dalam membangun bisnis.
- e) *Operations*: Divisi yang bertanggung jawab dalam stabilitas sistem untuk memberikan pengalaman terbaik bagi *user*.
- f) *Business Intelligence*: Divisi yang bertanggung jawab dalam pengumpulan data dan pembuatan analisis untuk menunjang pengambilan keputusan dimasa yang akan datang.

Divisi *marketing* PT Shopee Internasional Indonesia dipisah menjadi *project* dan *non project*. Pemimpin dari *Management Team* Shopee Indonesia adalah Handhika. Divisi KOL dipimpin oleh Monica sebagai *Director of Marketing*. Dalam pelaksanaannya, Monica dibantu oleh *Management Manager KOL Division* yaitu Cindy dan di dalam divisi KOL dikepalai oleh KOL *Management Team Lead* yaitu Witta.

Divisi *KOL Management* memiliki tanggung jawab untuk membangun komunikasi dan bertanggungjawab dalam pelaksanaan strategi *marketing* yang bekerja sama dengan KOL atau dikenal pula dengan sebutan *influencers* dari berbagai kalangan dalam membangun kesuksesan dan mencapai tujuan dalam setiap *project* Shopee. *KOL Management* mempersiapkan segala hal terkait operasionalisasi strategi *marketing* yang berhubungan dengan KOL Divisi ini

memiliki tanggung jawab dalam mempersiapkan ide konten untuk publikasi, proses akuisisi KOL secara satu arah maupun melalui pihak ketiga yang disesuaikan dengan kategori publikasi serta pembangunan hubungan dengan KOL agar bisa terjalin hubungan jangka panjang yang baik. Selain menangani kampanye Shopee, tim KOL juga membantu berbagai pihak yang memiliki toko di Shopee untuk membangun bisnisnya melalui KOL

Divisi *KOL Management* memiliki tanggung jawab untuk membangun komunikasi dan melaksanakan strategi *marketing* yang bekerja sama dengan *Key Opinion Leader* atau dikenal pula dengan sebutan *influencers*, untuk mencapai tujuan dalam setiap *project* Shopee. *KOL Management* mempersiapkan segala hal terkait operasional strategi *marketing* yang berhubungan dengan KOL. Divisi ini memiliki tanggung jawab dalam mempersiapkan ide konten untuk publikasi, proses akuisisi KOL secara satu arah maupun melalui pihak ketiga yang disesuaikan dengan kategori publikasi, pembuatan perjanjian, serta membangun hubungan dengan KOL agar bisa terjalin hubungan jangka panjang yang baik. Selain menangani kampanye Shopee, tim KOL juga membantu berbagai pihak yang memiliki toko di Shopee untuk membangun bisnisnya melalui KOL.

Alur kerja divisi *KOL Management* adalah tim dalam divisi KOL Shopee akan diberikan tugas oleh *manager* atau *team lead of KOL Team* dalam berbagai *project* sebagai PIC, di dalam pelaksanaannya tim akan saling membantu. Setelah itu, PIC setiap *project* akan menyusun *KOL Strategy*, *Content Ideation* dan melakukan *pitching* kepada KOL yang tingkat *potential reach* dan *rate* mencukupi untuk bergabung dalam *project* tersebut yang tentunya juga dibantu oleh tim lainnya. Tim bertanggung jawab untuk memastikan KOL memposting konten sesuai tanggal dan konten yang sesuai. Setelah itu, tim mengumpulkan *insight* dari KOL untuk menjadi bahan evaluasi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA