

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Shenelin merupakan perusahaan *retail fashion* yang menjual baju dan celana khusus wanita yang didirikan pada tahun 2014 oleh Nathanael & Sherra dengan tujuan menjadi inspirasi bagi setiap wanita (Shenelin, 2024). Seiring berjalannya waktu, Shenelin mulai berkembang dan pada tahun 2020, Shenelin menjadi salah satu *brand fashion* lokal dengan kualitas internasional. Shenelin sangat mengutamakan kepuasan pelanggan dalam pengalaman berbelanja. Salah satu bentuk komitmennya adalah dengan menawarkan penukaran produk jika pelanggan merasa barang yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi.

2.1.1 Profil Perusahaan

Profil perusahaan berperan sebagai alat pemasaran yang bertujuan untuk membangun citra dan reputasi bisnis serta meningkatkan kepercayaan di pasar (Kotler et al., 2018). Selain itu, *company profile* juga memberikan gambaran mendetail mengenai produk atau layanan yang ditawarkan. Hal ini diterapkan oleh Shenelin, yang memiliki profil perusahaan yang terstruktur guna memperkuat *brand awareness* dan kepercayaan pelanggan. Profil tersebut mencakup visi, misi, serta deskripsi lengkap mengenai perusahaan.

2.1.1.1 Logo Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Shenelin
sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Logo Shenelin mengandung filosofi yang meyakini bahwa setiap bentuk tubuh memiliki keindahan yang dapat diapresiasi. Desain logo ini menggabungkan huruf "S" dengan siluet tubuh wanita. Selain itu, titik kecil di bagian atas melambangkan kepala, yang semakin memperjelas bahwa logogram tersebut merepresentasikan figur seorang perempuan.

2.1.1.2 Visi Misi

Visi Shenelin adalah memberdayakan wanita agar lebih percaya diri, sehingga setiap individu dapat mengekspresikan diri secara bebas dan menjadi inspirasi bagi orang lain. Dengan menghadirkan produk yang berkualitas dan nyaman, Shenelin berupaya membantu setiap wanita tampil dengan percaya diri serta memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitarnya.

Sementara itu, misi Shenelin adalah menghadirkan pengalaman berbelanja yang luar biasa (*extraordinary customer experience*). Shenelin berkomitmen untuk selalu memberikan yang terbaik dengan melampaui ekspektasi pelanggan. Melalui pelayanan yang prima dan produk berkualitas tinggi, Shenelin menempatkan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama serta membangun hubungan jangka panjang.

2.1.1.3 Core Values

Shenelin berkomitmen untuk menjalankan bisnis berdasarkan nilai-nilai inti yang mendukung pertumbuhan, kolaborasi, dan pelayanan terbaik. Perusahaan ini menekankan pentingnya pengembangan berkelanjutan. Selain itu, Shenelin selalu berusaha melampaui ekspektasi dalam setiap pencapaiannya. Dengan penjabaran *core values* sebagai berikut:

a. Continuous Improvement

Shenelin meyakini bahwa setiap individu memiliki potensi untuk terus belajar dan berkembang. Melalui berbagai pengalaman baru, baik dalam aspek personal maupun profesional.

Di Shenelin, setiap anggota tim didorong untuk selalu melakukan

peningkatan berkelanjutan. Filosofi ini memungkinkan karyawan untuk terus berinovasi dan beradaptasi dalam menghadapi perubahan industri *fashion* yang dinamis.

b. Deliver “WOW” Result

Pencapaian luar biasa adalah prioritas utama bagi Shenelin. Perusahaan ini berkomitmen untuk melampaui ekspektasi dan selalu menghadirkan hasil terbaik dalam setiap aspek operasional yang dilakukan. Dengan prinsip ini, *customer* diharapkan dapat menikmati pengalaman berbelanja yang tak terlupakan serta produk berkualitas tinggi yang mencerminkan dedikasi tim terhadap kesempurnaan.

c. Grow Together as a Team

Shenelin percaya bahwa kesuksesan dapat dicapai melalui kerja tim yang solid. Oleh karena itu, perusahaan mendorong pembelajaran bersama, komunikasi terbuka, dan kolaborasi erat antara seluruh anggota tim. Dengan pendekatan ini, setiap individu diharapkan dapat berkontribusi dan berperan aktif dalam mencapai keberhasilan bersama.

d. Happy to Help

Budaya kerja di Shenelin adalah semangat untuk membantu antar sesama. Dengan kepedulian dan dukungan ini, Shenelin menciptakan lingkungan kerja yang positif dan juga suportif. Nilai ini tidak hanya mempererat hubungan anggota tim, tetapi juga membangun koneksi yang lebih kuat dengan pelanggan serta mitra bisnis perusahaan.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

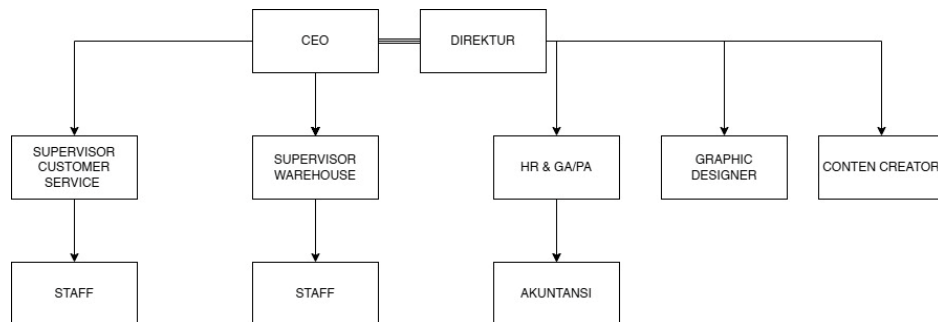
Shenelin didirikan oleh pendirinya yaitu, Sherra dan Nathanael yang kini menjabat sebagai CEO dan Direktur Shenelin. Perjalanan Shenelin menuju

kesuksesan saat ini tidak terjadi secara instan. Pada 2014, keduanya memulai bisnis sebagai *reseller online*, mengelola toko kecil yang menjual celana, pakaian, dan aksesoris dengan nama toko yang belum pasti. Seiring bertambahnya waktu, keduanya mulai mencari inovasi untuk mengembangkan toko yang dimiliki agar lebih besar dan menjadi *brand* tersendiri. Sedikit demi sedikit, keduanya mulai memproduksi produk-produknya sendiri. Berkat pengalaman serta pencapaian yang diraih, akhirnya pada tahun 2020, keduanya memutuskan untuk membangun *brand fashion* dan manufaktur sendiri, yang kini dikenal sebagai Shenelin. Nama Shenelin ini diambil dari penggabungan nama Sherra, Nathanael, dan Indonesia.

Seiring perkembangannya, Shenelin kini memiliki tim profesional dari berbagai divisi, termasuk *customer service*, *HRD*, akuntansi, *warehouse*, dan desain grafis, yang berperan penting dalam operasional perusahaan. Divisi pertama yang dibentuk adalah *customer service* pada 2020, diikuti dengan *HRD* dan *warehouse* pada akhir tahun yang sama. Selanjutnya, divisi desain grafis dan akuntansi mulai bergabung pada 2021.

Dalam memasarkan produknya, Shenelin memanfaatkan *platform online* melalui berbagai *marketplace*. Pada awalnya, berjualan di Shopee pada 2018 sebagai *reseller*. Kemudian, pada 2020, Shenelin mulai menggunakan WhatsApp *Business* untuk meningkatkan interaksi langsung dengan pelanggan. Ekspansi semakin meluas pada 2022, ketika Shenelin memperluas jangkauannya ke Tokopedia, Lazada, dan Zalora, dengan tujuan memperkuat kehadiran *brand* di pasar digital yang lebih luas.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Menurut Siswanto (2008) dalam (Hakim et al., 2022) menyatakan bahwa, struktur organisasi memiliki peran krusial dalam mengatur pembagian tugas dan tanggung jawab, serta menggambarkan bagaimana berbagai fungsi dan aktivitas dalam suatu perusahaan saling terhubung secara sistematis dalam batas tertentu. Prinsip serupa diterapkan di Shenelin, di mana perusahaan memiliki struktur tim yang terorganisir, dengan masing-masing jabatan memiliki tugas dan peran yang berbeda. Berikut ini adalah bagan struktur organisasi Shenelin:

1. CEO

CEO Shenelin bertanggung jawab atas pengelolaan operasional dan implementasi strategi bisnis perusahaan. Perannya mencakup pengawasan produksi kain, manajemen hubungan dengan supplier, serta kerja sama dengan konveksi. Selain itu, CEO juga menentukan strategi pemasaran, termasuk pemilihan konten iklan di media sosial dan pengelolaan *marketplace* secara menyeluruh.

2. Direktur

Direktur Shenelin berperan dalam memastikan efektivitas setiap divisi agar selaras dengan visi perusahaan. Direktur memberikan arahan strategis untuk meningkatkan produktivitas dan pencapaian target. Selain itu, direktur juga menentukan konten dan periklanan *online* yang akan diunggah di media sosial guna meningkatkan *engagement*.

3. *Supervisor Customer Service*

Supervisor Customer Service bertanggung jawab dalam menjaga kualitas layanan pelanggan sesuai standar perusahaan. Tugasnya meliputi pemantauan kinerja tim *customer service*, menangani keluhan pelanggan yang kompleks, serta memastikan proses retur berjalan sesuai SOP. Selain itu, *supervisor* juga melakukan evaluasi dan pengembangan kepada tim.

4. *Customer Service*

Tim *customer service* Shenelin mengelola penjualan di berbagai *platform e-commerce*. Tugas tim ini yaitu merespons pelanggan, merekap pesanan, mencetak struk, serta menangani pengembalian barang sesuai prosedur. *Customer Service* juga bertanggung jawab dalam menangani keluhan pelanggan serta melakukan tindak lanjut untuk mendapatkan ulasan dan *feedback*. Sebagai bagian dari strategi pemasaran, *customer service* turut serta dalam sesi *live streaming di marketplace* seperti Shopee dan TikTok.

5. HR & GA / PA

HR & GA berperan dalam pengelolaan sumber daya manusia dan operasional perusahaan, termasuk proses rekrutmen, *onboarding* karyawan, serta evaluasi kinerja. Selain itu, *HR & GA* Shenelin juga merangkap sebagai *Personal Assistant (PA)*, yang bertanggung jawab dalam pengelolaan jadwal, koordinasi pertemuan, serta membantu CEO dan direktur dalam komunikasi dengan supplier dan konveksi.

6. Warehouse

Divisi *warehouse* memiliki peran utama dalam manajemen logistik, seperti proses *packing* produk, pengecekan stok secara berkala, serta memastikan ketersediaan barang. *warehouse* juga bertanggung jawab dalam *quality control* pada setiap produk baru yang masuk, termasuk pengukuran dan pemeriksaan sebelum dipasarkan. Selain itu, tim *warehouse* turut serta dalam *live streaming* serta membantu proses penjahitan produk.

7. Akuntansi

Akuntan Shenelin bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan perusahaan. Tugasnya mencakup pencatatan transaksi harian, pengecekan

mutasi rekening, serta pencatatan pembayaran dan pengeluaran. Selain itu, akuntan juga memeriksa *invoice*, mencatat pembelian barang, serta melakukan analisis data keuangan untuk membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan dan strategi bisnis.

8. Graphic Designer

Tim desainer grafis bertanggung jawab dalam pembuatan materi visual untuk mendukung *branding* dan pemasaran Shenelin. Desain grafis merancang materi iklan, baik digital maupun cetak, serta menciptakan visual utama untuk berbagai kampanye promosi. Selain itu desainer grafis juga membantu *content creator* dalam proses pengambilan konten, serta membantu bila ada kendala teknis atau kebutuhan yang mendesak.

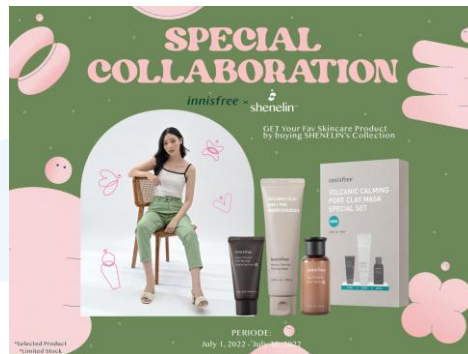
9. Content Creator

Content creator bertanggung jawab dalam menghasilkan berbagai konten untuk mendukung kegiatan pemasaran. Mulai dari membuat *content planning* hingga eksekusi ide sampai menjadi sebuah konten yang siap dipublikasikan. Selain itu, *content creator* juga berperan dalam merancang strategi untuk menaikkan *engagement* dan interaksi publik.

2.3 Portofolio Perusahaan

Seiring perkembangannya, Shenelin menghadirkan berbagai desain yang disesuaikan dengan strategi *branding* dan penjualan di platform utama seperti *Website*, Shopee, Tokopedia, dan WhatsApp. Desain-desain ini dibuat secara khusus untuk mendukung kampanye penjualan serta berbagai acara penting, seperti promo tanggal kembar, perayaan hari raya, *payday*, dan momen promosi lainnya, dengan tujuan meningkatkan minat dan transaksi pelanggan. Selain di *marketplace*, Shenelin juga aktif memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, sebagai sarana promosi dan interaksi dengan audiens. Konten visual yang diunggah, dirancang untuk menarik perhatian, memperkuat *brand awareness*, serta menjaga *engagement* dengan konsumen melalui desain yang relevan dan menarik.

1. Banner Kolaborasi Shenelin x Innisfree (2022)



Gambar 2. 3 Banner Kolaborasi Shenelin x Innisfree
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

Pada tahun 2022, Shenelin menjalin kolaborasi dengan Innisfree dalam sebuah kampanye strategis untuk menarik perhatian pelanggan. Setiap pembelian produk dengan label khusus “Shenelin X Innisfree” memungkinkan pelanggan mendapatkan *skincare kit* dari Innisfree secara gratis. Guna memaksimalkan jangkauan dan efektivitas kampanye, tim desain grafis Shenelin merancang materi promosi berupa *banner* yang ditampilkan di berbagai *platform marketplace*, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Zalora. Kolaborasi ini tidak hanya berhasil meningkatkan *engagement* pelanggan, tetapi juga memperkuat *positioning brand* melalui kerjasama dengan salah satu *brand* kecantikan ternama.