

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

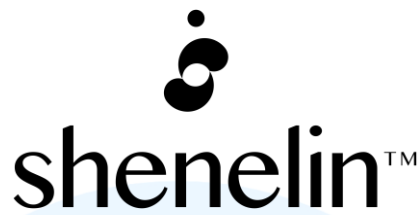
Shenelin adalah sebuah *brand fashion* lokal yang berfokus pada busana wanita. Busana yang dijual berupa pakaian wanita berbahan premium dan nyaman untuk dipakai beraktivitas sehari-hari. Shenelin didirikan pada tahun 2014 sebagai bisnis toko *online* kecil dan mulai berkembang di bidang retail *fashion* sejak tahun 2020. Sebagai *brand*, Shenelin memiliki tujuan utama untuk membangkitkan rasa percaya diri wanita tanpa memandang bentuk tubuh. Salah satu wujud dari komitmen ini adalah melalui layanan konsultasi gratis yang disediakan demi menemukan pakaian yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi setiap pelanggan.

2.1.1 Profil Perusahaan

Profil perusahaan adalah media informasi yang penting untuk dimiliki sebuah perusahaan karena berisikan identitas perusahaan tersebut (Rahastine, 2020, h.50). Detail mengenai produk dan layanan yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan dapat dilihat melalui profil perusahaannya. Shenelin memiliki profil perusahaan yang membahas secara detail mengenai visi dan misi, nilai perusahaan, serta deskripsi mengenai perusahaannya. Hal ini diterapkan agar Shenelin dapat meningkatkan *brand awareness* serta membangun kepercayaan pelanggan.

2.1.1.1 Logo Perusahaan

Logo Shenelin merupakan gabungan dari huruf “S” dan bentuk siluet tubuh wanita. Terdapat sebuah titik kecil di bagian atas yang merepresentasikan “kepala”, mempertegas bahwa logo tersebut menggambarkan seorang wanita. Filosofi di balik logo ini adalah bahwa Shenelin percaya setiap individu memiliki tubuh yang layak untuk dihargai melalui pakaian yang nyaman.



Gambar 2.1 Logo Shenelin
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Tergantung kegunaan media dan ukurannya, logo Shenelin dapat dipakai dengan cara. Cara pertama yaitu menggabungkan logogram dan logotype. Sedangkan cara kedua adalah dapat menggunakan hanya logogram saja. Aturan ini dibuat untuk memenuhi perbedaan media yang dibutuhkan.

2.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Shenelin memiliki visi untuk meningkatkan rasa kepercayaan diri pelanggan agar dapat tampil maksimal dan tidak takut untuk mengekspresikan jati diri yang sesungguhnya. Melalui produk yang ditawarkan, Shenelin ingin memberikan kualitas busana yang nyaman dan dapat memenuhi kebutuhan setiap bentuk tubuh wanita yang unik. Shenelin berharap dapat membantu semua wanita mencapai versi terbaiknya hingga menjadi inspirasi bagi wanita lainnya.

Adapun misi Shenelin adalah untuk memberikan pengalaman berbelanja yang berkesan (*extraordinary customer experience*) demi memberikan yang terbaik bagi setiap pelanggannya. Shenelin berkomitmen senantiasa dalam memberikan layanan yang melampaui standar ekspektasi setiap pelanggan. Berfokus pada kepuasan pelanggan, Shenelin menyediakan layanan yang disesuaikan secara personal berdasarkan kebutuhan yang dimiliki setiap pelanggan berbeda.

2.1.1.3 Core Values Perusahaan

Shenelin menetapkan beberapa nilai dalam mengembangkan bisnisnya dengan tujuan mendukung proses pertumbuhan bisnis, kolaborasi, dan pelayanan pelanggan yang terbaik. Menjunjung tinggi nilai

pengembangan berkelanjutan, Shenelin berusaha untuk terus melampaui ekspektasi dalam mencapai setiap prestasinya, Berikut merupakan empat *core values* yang dimiliki Shenelin:

a. Continuous Improvements

Shenelin berpandangan bahwa setiap individu dapat terus belajar dan berkembang secara profesional maupun pribadi. Setiap karyawan diberikan kesempatan untuk terlibat dalam berbagai aktivitas yang dapat mengasah keterampilannya demi meningkatkan kapasitas diri. Nilai ini memberikan semangat bagi setiap karyawannya untuk terus mempelajari hal baru dan meningkatkan wawasan dalam menghadapi industri fesyen yang bersifat dinamis.

b. Deliver WOW Results

Prioritas Shenelin adalah untuk memberikan hasil yang melampaui standar ekspektasi. Nilai ini diterapkan dalam segala sisi pekerjaan guna memberikan usaha yang maksimal dan menghasilkan hasil yang luar biasa. Hal ini juga dijunjung tinggi agar pelanggan mendapatkan kesan yang terbaik dan memiliki tingkat kepuasan tinggi ketika berbelanja produk Shenelin.

c. Grow Together as a Team

Shenelin percaya bahwa kolaborasi antar tim yang baik dapat mendatangkan kesuksesan. Upaya meningkatkan kerja sama tim yang efektif dilakukan melalui proses belajar dan berkembang bersama, menekankan pembelajaran yang bersifat terbuka untuk keberhasilan bersama.

d. Happy to Help

Shenelin memiliki budaya kerja yang mengedepankan senang untuk membantu sesama. Budaya ini mengajarkan untuk memiliki kepribadian penuh empati dan ketulusan dalam membantu. Dengan

diterapkannya nilai ini, hubungan antara anggota tim dan tim lainnya menjadi lebih erat sehingga memiliki solidaritas tinggi. Hubungan saling mendukung ini dapat membantu setiap anggota dalam mencapai keberhasilan individu maupun tim.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Shenelin didirikan oleh CEO dan Direkturnya sendiri, Nathanael dan Sherra. Mulai berdiri pada tahun 2014, Shenelin melalui banyak perkembangan bisnis hingga kini sukses sebagai *brand retail fashion*. Sebelum menjadi perusahaan *retail fashion*, Shenelin merupakan sebuah bisnis toko *online* kecil yang bergerak sebagai *reseller*, menjual berbagai pakaian, celana, serta aksesoris. Setelah berproses cukup lama sebagai *reseller* tersebut, kedua pemilik memutuskan untuk mulai manufaktur produk mereka sendiri sebagai *brand fashion* Shenelin pada tahun 2020. Asal-usul nama Shenelin berasal dari penggabungan nama kedua pemilik yakni Sherra dan Nathanael, serta unsur kata “Indonesia” sebagai penanda bahwa *brand* merupakan *brand* asal Indonesia.

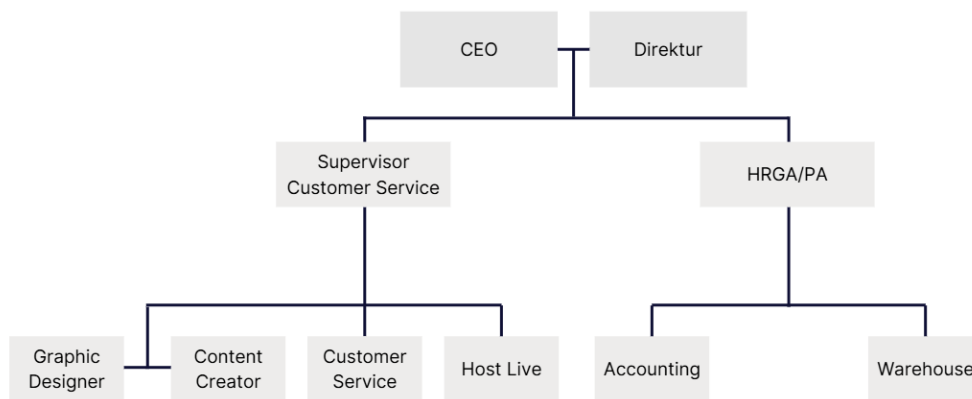
Shenelin terus berkembang sebagai perusahaan dan saat ini sudah memiliki tim profesional yang mencakup beberapa divisi yaitu HRD, *Customer Service*, *Warehouse*, Akuntansi, serta *Creative*, yang semuanya bekerja sama mendukung perusahaan secara operasional. Pada tahun 2020, Shenelin merekrut *Customer Service* sebagai divisi pertamanya, disusul dengan perekrutan HRD dan divisi *Warehouse* pada akhir tahun tersebut. Setelah itu pada tahun 2021, Shenelin merekrut divisi *Creative* dan Akuntansi.

Pemasaran yang dilakukan Shenelin memanfaatkan banyak *marketplace online*. Awalnya, Shenelin membuka toko *online* di Shopee pada tahun 2018 dan menjual produk sebagai *reseller*. Pada tahun 2020, Shenelin mulai mengembangkan jangkauan pemasaran dengan menggunakan WhatsApp Business dengan tujuan membangun interaksi yang lebih personal

dengan setiap pelanggannya. Lalu mulai tahun 2022, Shenelin membuka toko *online* untuk meningkatkan visibilitas *brand* dan memperluas jangkauan konsumen secara digital di beberapa *marketplace* yaitu Lazada, Tokopedia, dan juga Zalora.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi berperan untuk mengatur segala sistem penugasan yang ada di dalam sebuah perusahaan dan menjadi salah satu faktor yang membentuk kualitas kinerja organisasi (Zahra et al, 2023, h.272). Shenelin memiliki sebuah struktur organisasi yang terdiri atas beberapa divisi dan jabatan. Setiap divisi memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Struktur organisasi ini telah disusun secara runut dan jelas. Susunan ini memungkinkan terwujudnya kinerja yang efektif dan efisien guna membangun bisnis dan lingkungan kerja yang produktif. Berikut adalah penjabaran detail tugas setiap anggota berdasarkan struktur organisasi Shenelin:

1. CEO (*Chief Operating Officer*)

CEO Shenelin memiliki tanggung jawab dalam mengatur dan mengelola setiap kegiatan operasional perusahaan demi memastikan kelancaran bisnis. CEO juga menentukan strategi bisnis, mengawasi produksi, manufaktur, serta menjalin hubungan kerja sama dengan para

supplier dan konveksi. Selain itu, CEO memiliki peran utama dalam menentukan konten yang dibutuhkan untuk memasang iklan di media sosial dan juga memegang kendali, serta mengawasi seluruh aktivitas *marketplace* Shenelin.

2. Direktur

Direktur Shenelin mengawasi seluruh kinerja setiap divisi untuk memastikan bahwa setiap pekerjaan yang dilakukan berjalan dengan lancar, sesuai dengan tujuan perusahaan. Peran ini diwujudkan melalui pemberian arahan agar pekerjaan dapat berjalan secara produktif dan dapat mencapai target secara strategis. Direktur juga ikut serta berperan dalam menentukan keperluan iklan, mengenai konten media sosial yang akan diunggah, demi menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan *engagement*.

3. Supervisor Customer Service

Supervisor Graphic Designer Shenelin memiliki peran dan tanggung jawab untuk menjamin kualitas pelayanan pelanggan yang diberikan oleh setiap *staff Customer Service*. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pelayanan yang diberikan memenuhi standar kualitas perusahaan demi mencapai kepuasan pelanggan. Tugas yang dimiliki mencakup mengawasi kinerja tim *Customer Service*, menangani keluhan pelanggan yang rumit, menjamin kelancaran proses retur sesuai SOP, dan menjaga hubungan yang baik dengan para pelanggan. Selain itu, supervisor melaksanakan evaluasi terhadap tim *Customer Service* guna memperkuat kompetensi dan kualitas pelayanan yang profesional.

4. Customer Service

Customer service Shenelin memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengelola dan menangani penjualan di berbagai *marketplace* Shenelin. Hal ini termasuk memberikan respons kepada setiap pelanggan, melakukan rekap pesanan, mencetak dan meneruskan struk ke tim *warehouse*, dan menjalankan proses retur sesuai SOP.

Penanganan keluhan pelanggan juga merupakan peran dari tim *Customer Service*. Tim *Customer Service* berperan untuk menindaklanjuti keluhan tersebut untuk memperoleh *review* dan *feedback* dari pelanggan. Selain itu, tim *Customer Service* ikut serta berperan dalam sesi *live streaming* di *marketplace* Shopee dan TikTok untuk meningkatkan penjualan sebagai salah satu bagian dari strategi pemasaran.

5. HR & GA/PA

HR & GA memiliki peran dalam mengelola sumber daya manusia dan kebutuhan operasional perusahaan. Tugas dan tanggung jawabnya mencakup menangani proses rekrutmen, memberikan *onboarding* kepada setiap karyawan baru, serta melakukan evaluasi kinerja. HR & GA Shenelin juga merangkap sebagai *Personal Assistant* dengan tugas dan tanggung jawab dalam mengatur jadwal, pelaksanaan pertemuan, serta mendukung CEO dan Direktur untuk berkomunikasi dengan para *supplier* dan konveksi.

6. Warehouse

Tim *Warehouse* berperan utama mengatur berjalannya logistik perusahaan. Tugas divisi ini mencakup pengecekan stok produk, *quality control* produk setiap barang yang datang, melakukan *packing* pesanan, dan terpentingnya memastikan bahwa perpindahan stok berlangsung dengan tepat dan efisien. Selain tugas tersebut, tim *warehouse* juga memiliki peran menjahit jika diperlukan sebuah produk, serta berkontribusi dalam sesi *live streaming* dalam rangka meningkatkan *engagement* dan penjualan di *marketplace*.

7. Akuntansi

Divisi akuntansi mengelola alur keuangan dalam perusahaan Shenelin. Peran dan tanggung jawab yang dimiliki adalah melakukan *input* data transaksi harian termasuk pengeluaran dan pemasukan, mengecek mutasi rekening, memeriksa *invoice*, mencatat pengeluaran untuk kebutuhan operasional, serta mengelola *petty cash*. Selain itu,

akuntan juga mengelola data keuangan dan menganalisisnya sebagai evaluasi keuangan untuk menjamin strategi keuangan dalam bisnis yang efektif.

8. *Graphic Designer*

Peran dan tanggung jawab *Graphic Designer* berkaitan dengan menyediakan seluruh kebutuhan materi visual guna melakukan promosi dan mendukung *branding* Shenelin. Materi visual tersebut antara lainnya adalah mendesain berbagai *banner* digital untuk media sosial maupun *marketplace*, perancangan konten iklan digital, dan merancang kebutuhan visual pendukung lainnya yang berbentuk digital maupun cetak. Selain itu, desainer grafis juga berkontribusi membantu *Content Creator* dalam proses perekaman dan pengambilan konten, mengedit hasil *photoshoot* untuk dokumentasi stok aset perusahaan, serta menjamin visual yang dihasilkan selaras dengan *brand* Shenelin.

9. *Content Creator*

Content Creator memiliki peran menghasilkan konten untuk kebutuhan media sosial, guna meningkatkan *engagement* dan meningkatkan penjualan. Tugas yang dimiliki termasuk merancang *content planning*, menyiapkan segala kebutuhan pengambilan konten, menganalisa kebutuhan pelanggan Shenelin, dan memastikan setiap konten yang dihasilkan selaras dengan kebutuhan para pelanggan. Selain itu, *Content Creator* juga bertanggung jawab untuk mencari KOL dan menjalin hubungan bisnis yang baik dengan para KOL tersebut sebagai upaya memperluas jangkauan *brand*.

10. *Host Live*

Host live memiliki tugas dan tanggung jawab berjualan melalui siaran langsung di *marketplace*. Peran utama *host live* adalah menjelaskan detail produk, membangun interaksi, menjawab pertanyaan para audiens, serta mendorong penjualan langsung dengan promosi khusus. *Host live* berperan penting dalam upaya meningkatkan

wawasan audiens, serta membangun pengalaman belanja interaktif yang positif untuk menarik perhatian audiens.

Posisi penulis sendiri sebagai *graphic design intern* memiliki peran yang serupa dengan *Graphic Designer*. Sebagai *intern*, penulis melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang sama dalam hal menyiapkan kebutuhan materi visual guna melakukan promosi dan mendukung *branding* Shenelin. Penulis juga ikut serta membantu *Content Creator* dalam proses pengambilan konten sama halnya seperti yang dilakukan oleh *Graphic Designer*. Maka dari itu, penulis sebagai *Graphic Designer Intern* dengan *Graphic Designer* memiliki peran untuk saling mendukung dalam hal pengerjaan proyek dan membantu tugas-tugas *Content Creator*. Selain itu, pembagian tugas juga dilakukan secara rata antara *Graphic Designer* dan penulis sebagai *Graphic Design Intern*.

2.3 Portofolio Perusahaan

1. Kolaborasi Shenelin x Innisfree (2022)

Shenelin berkolaborasi dengan Innisfree pada tahun 2022, membuat sebuah kampanye strategis dengan tujuan menarik perhatian *customer*, meningkatkan *engagement* serta ketertarikan untuk membeli produk. Dalam kampanye ini, Shenelin menjual berbagai produknya dengan label “Shenelin x Innisfree” di mana setiap *customer* yang membeli produk Shenelin dengan label kolaborasi tersebut memiliki kesempatan untuk mendapatkan produk gratis dari Innisfree.

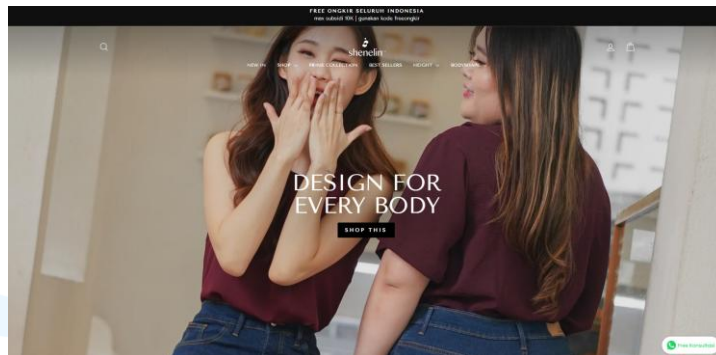


Gambar 2.3 Banner Kolaborasi Shenelin x Innisfree
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Tim desainer grafis Shenelin merancang beberapa *banner* promosi dalam upaya menjangkau *customer* secara luas di berbagai platform *marketplace* yaitu Facebook *marketplace*, Shopee, Lazada, Zalora, dan Tokopedia. Selain itu, kolaborasi ini juga memperkuat citra merek melalui kerja sama dengan *brand* kecantikan ternama serta meningkatkan *engagement* dengan *customer*.

2. Website Resmi Shenelin

Shenelin juga memiliki *website* resmi yang dapat diakses melalui www.shenelin.com. *Website* ini dapat diakses dengan mudah melalui desktop maupun secara *mobile*. *Website* resmi Shenelin berisi segala informasi terkait Shenelin terutama tentang informasi dan pembelian produk, kontak *Customer Service*, sejarah, syarat dan ketentuan berbelanja, prosedur retur pembelian, dan juga memiliki bagian *frequently asked questions*. *Website* Shenelin memiliki latar belakang foto model yang mencerminkan dua wanita yang percaya diri dan terdiri atas beberapa *button* utama yaitu *New In*, *Shop*, *Prime Collection*, *Best Sellers*, *Height*, *Bodyshape*, dan *Free Konsultasi*.



Gambar 2.4 Halaman Utama *Website* Shenelin
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pengguna yang berinteraksi dengan setiap *button* tersebut akan dibawa ke halaman tertentu seperti pada halaman *New In*, terdapat *list* produk terbaru dari Shenelin. Halaman *Shop* berisikan *list* produk Shenelin secara keseluruhan, dan terdapat pembagian kategori seperti *Tops*, *Bottoms*, dan *Outerwear* yang membantu pengguna melakukan pencarian produk. Halaman *Prime Collection* berisikan produk eksklusif Shenelin

yang memiliki garansi aksesoris 1 tahun. Halaman *Height* berisikan *list* kategori produk berdasarkan tinggi badan dan halaman *Bodyshape* berisikan *list* kategori produk berdasarkan bentuk badan. Kemudian halaman *Free Konsultasi* akan menyambungkan pelanggan dengan *Customer Service* Shenelin melalui *link* WhatsApp.

User Interface website Shenelin memiliki latar halaman utama dengan *background* foto, latar halaman menu berwarna putih, dan button dan teks yang berwarna hitam. *User Interface* tersebut dapat dinilai baik karena kontrasnya yang jelas. Penataan *layout* gambar produk juga rapi sehingga mudah untuk dilihat. *Website* Shenelin memiliki desain minimalis sehingga penulis dapat melakukan navigasi dengan mudah tanpa merasa lelah dan kebingungan. *User experience* dari *website* Shenelin juga baik karena setiap *button* dan *menu* navigasi mudah untuk ditemukan dan setiap *button* dapat ditekan serta memberikan hasil interaksi yang jelas. Proses pemuatan konten *website* juga berlangsung dengan cepat.

