

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Shenelin adalah sebuah *brand* lokal yang bergerak di bidang fesyen terkhusus wanita. Sebagai sebuah *brand* yang dispesifikasikan untuk wanita, dasar berdirinya Shenelin berasal dari tujuannya yaitu untuk menjadi inspirasi bagi setiap wanita . Dalam sejarahnya, Shenelin adalah sebuah bisnis kecil yang didirikan oleh Nathanael dan Sherra pada tahun 2014. Hingga pada tahun 2020, bisnis ini berkembang menjadi sebuah perusahaan retail *fashion*.

2.1.1 Profil Perusahaan

Profil perusahaan atau *company profile* dapat didefinisikan sebagai informasi umum dari sebuah perusahaan yang berfungsi sebagai media dalam kegiatan *public relation* (Jasmine & Loen, 2020, h. 126). Profil perusahaan dari Shenelin mencakup beberapa hal yang meliputi deskripsi perusahaan, visi dan misi, hingga *core values* dari perusahaan.

2.1.1.1. Logo Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Utama Shenelin
Sumber: Shenelin (2026)

Filosofi dari logo Shenelin diambil dari kombinasi antara huruf S dan bentuk tubuh wanita. Simbolisasi wanita juga diperkuat dengan penambahan titik kecil di bagian atas.

Dalam jenisnya, logo Shenelin terbagi dua yang meliputi logo utama yang menampilkan *logogram* dan *logotype* berwarna hitam serta *logogram* berwarna putih. Penggunaan kedua jenis logo Shenelin dalam desain ini disesuaikan dengan media dan tujuan logo akan ditempatkan. Untuk logo utama, penempatannya bisa diposisikan di berbagai media dan untuk berbagai tujuan. Sedangkan *logogram* digunakan untuk keperluan yang lebih tidak formal atau untuk media yang lebih kecil.

2.1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Berdasarkan dokumentasi pribadi perusahaan, Shenelin memiliki visi untuk meningkatkan kepercayaan diri seluruh perempuan, sehingga mereka dapat mengekspresikan diri dan menjadi sumber inspirasi bagi individu-individu lain di sekitar mereka. Hal ini berkaitan dengan *branding* dari Shenelin yang berfokus pada wanita sebagai konsumennya.

Selanjutnya, misi dari Shenelin adalah menciptakan *customer experience* yang luar biasa bagi para pelanggannya. Hal ini diwujudkan dengan menyediakan pelayanan yang terbaik serta memberikan pelayanan dan hasil di atas dari ekspektasi pelanggannya.

2.1.1.3. Core Value Perusahaan

Berdasarkan dokumentasi pribadi milik perusahaan, dalam menjalankan usahanya Shenelin memegang empat nilai utama yang berkaitan dengan pertumbuhan bisnis, kerjasama antar tim, dan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Keempat *core values* yang dijadikan patokan dasar perusahaan ini mencakup:

a. Continuous Improvements

Shenelin memberikan ruang untuk proses pembelajaran mendalam serta keterbukaan terhadap pengalaman

baru kepada tiap individu, yang mana mendukung perkembangan mereka baik pada diri sendiri maupun dalam ranah profesional.

b. *Deliver WOW results*

Dengan melampaui ekspektasi pelanggannya dalam setiap proses kerjanya, Shenelin menunjukkan komitmennya dalam memberikan hasil yang terbaik.

c. *Grow Together as a Team*

Shenelin percaya bahwa kunci mencapai kesuksesan adalah kerjasama yang baik antar tim. Cara mewujudkan hal ini dilakukan melalui pembelajaran dan upaya bersama serta keterbukaan dalam berkomunikasi.

d. *Happy to help*

Terkait membangun kerjasama tim yang baik, salah satu penerapannya dalam Shenelin adalah membantu satu sama lain. Shenelin percaya saling membantu dapat membangun solidaritas dalam hubungan antar individu dan menciptakan lingkungan yang suportif.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

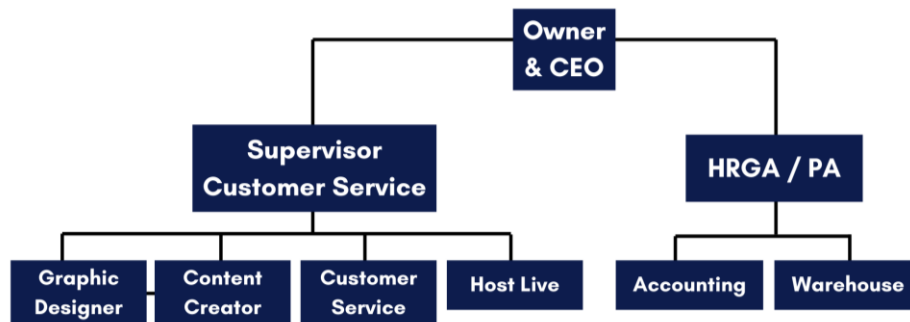
Berdasarkan laporan magang terdahulu di perusahaan serta hasil wawancara dengan *staff graphic designer* yang juga bekerja di perusahaan, pendiri dari Shenelin adalah Sherra dan Nathanael selaku CEO dan direktur dari perusahaan ini. Perjalanan Shenelin dimulai pada tahun 2014 yang diawali dari sebuah toko *online* kecil dengan sistem *reseller* dengan jenis bisnis yang menjual pakaian, celana, serta aksesoris. Pada 2018 bisnis kecil ini memanfaatkan Shopee sebagai *marketplace* mereka untuk berjualan secara *online*. Seiring berjalannya waktu, keduanya kemudian memutuskan untuk melakukan pengembangan terhadap bisnis mereka dengan mulai memproduksi

produk-produk milik mereka sendiri. Hingga akhirnya pada tahun 2020, bisnis kecil dengan nama yang sebelumnya belum memiliki kepastian ini telah berhasil berinovasi menjadi sebuah *brand* fesyen bernama Shenelin. Nama “Shenelin” sendiri berasal dari penggabungan nama “Sherra” dan “Nathanael” selaku pemilik perusahaan serta “Indonesia” yang terkait dengan representasi *brand* sebagai produk lokal.

Struktur organisasi dari *brand* dibangun secara bertahap. Pada awal terbentuknya di tahun 2020, divisi pertama yang direkrut adalah *customer service* yang kemudian pada akhir tahun diikuti dengan perekrutan HRD dan divisi *warehouse*. Di tahun ini, Shenelin juga mulai mengembangkan komunikasi mereka dengan *customer* melalui pemanfaatan *Whatsapp Business* untuk membangun percakapan yang lebih personal dengan calon *customer* dan *customernya*. Dan selanjutnya di tahun 2021, struktur organisasi Shenelin semakin dikembangkan dengan dilaksanakannya proses rekrutmen terhadap divisi desain grafis dan akuntansi. Kemudian pada tahun 2022, Shenelin mulai mengembangkan jangkauan penjualannya secara digital dengan mendaftarkan *brand* di beberapa *marketplace online* lain yang mencakup Lazada, Tokopedia, dan Zalora.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan sistem pembagian pekerjaan dan peran antar individu dan kelompok yang saling berhubungan satu sama lain didalam sebuah organisasi (Wahjono, 2022, h. 3). Sebagai sebuah perusahaan, Shenelin memiliki struktur organisasi yang dapat dibagi kedalam beberapa divisi dan posisi. Setiap divisi memiliki tanggung jawab dan perannya masing-masing yang berkontribusi langsung terhadap jalannya bisnis perusahaan. Selain itu, tiap divisi juga memiliki tanggung jawab yang membutuhkan koordinasi dengan divisi lain untuk mencapai target divisi didalam perusahaan.



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Shenelin
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Tugas masing-masing anggota berdasarkan struktur organisasi Shenelin dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. CEO

Peran CEO dalam perusahaan Shenelin adalah memberikan arahan dan memegang kendali atas seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Tanggung jawabnya secara spesifik berkaitan dengan menentukan strategi bisnis dan pemasaran, mengawasi proses produksi, hingga menjaga hubungan kerja sama dengan pihak penyedia bahan (*supplier*) dan pihak produksi (konveksi). Selain itu, perannya dalam menentukan strategi bisnis dan pemasaran juga berkaitan erat dengan penentuan konten iklan yang akan ditampilkan di media sosial serta pengawasan terhadap penjualan di *marketplaces*.

2. Supervisor Customer Service

Dalam perannya, seorang *supervisor* dari tim *customer service* memiliki tanggung jawab dalam menjaga kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh seluruh *staff customer service* kepada pelanggan. Terkait dengan pelaksanaannya, tugasnya secara spesifik meliputi pengawasan terhadap performa kerja dari seluruh tim *customer service*, membantu menangani komplain pelanggan yang bersifat kompleks sehingga membutuhkan penanganan lebih lanjut, serta menjaga kelancaran proses pengembalian produk (retur) berjalan sesuai dengan alur yang sudah ditentukan di dalam SOP perusahaan.

3. *HR & GA/PA*

Pada perusahaan Shenelin, posisi *HR & GA* juga memegang peran sebagai seorang *PA* atau *Personal Assistant*. Dalam perannya sebagai *HR & GA* tanggung jawabnya berkaitan dengan pengelolaan sumber daya manusia dan kebutuhan operasional dari perusahaan. Tugas seorang *HR & GA* secara spesifik meliputi mengurus proses rekrutmen calon karyawan baru, memberikan *onboarding* kepada karyawan baru, serta mengevaluasi kinerja dari seluruh karyawan didalam perusahaan. Selanjutnya, dalam perannya sebagai seorang *Personal Assistant (PA)* tanggung jawabnya berkaitan dengan menjadi penghubung yang menjembatani komunikasi antara CEO dengan karyawan dan pihak lain. Secara spesifik tugas *PA* meliputi koordinasi pertemuan antara karyawan dengan CEO, serta membantu CEO terkait komunikasi dengan pihak *supplier* dan konveksi.

4. *Customer Service*

Peran tim *customer service* bertanggung jawab dalam menangani kegiatan penjualan dari produk di berbagai *marketplace* Shenelin. Secara spesifik tugas dari tim *customer service* meliputi berinteraksi dengan pelanggan berupa mencari solusi terbaik untuk menjawab pertanyaan serta merespon *review* hingga keluhan dari pelanggan terkait produk untuk menjaga loyalitas pelanggan terhadap Shenelin. Selanjutnya tugas tim *customer service* juga mencakup melakukan rekap pemesanan produk, mencetak struk, serta melaksanakan proses pengembalian produk (retur) sesuai dengan SOP. Selain itu terkait strategi pemasaran dengan tujuan meningkatkan penjualan produk, tim *customer service* juga ikut berperan serta pada pelaksanaan *live streaming* yang dilakukan di *Marketplace Shopee* dan *Tiktok*.

5. *Accounting*

Divisi *accounting* bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan dari perusahaan Shenelin. Secara spesifik tugas dari divisi ini

adalah mencatat aktivitas keuangan harian yang berkaitan dengan pemasukan dan pengeluaran untuk kebutuhan operasional perusahaan, melakukan pengecekan terhadap mutasi rekening, pemeriksaan *invoice*, serta menganalisis data keuangan yang menjadi bahan pertimbangan perusahaan saat mengambil keputusan bisnis.

6. *Warehouse*

Peran dari tim *warehouse* berkaitan erat dengan produk secara langsung, sehingga divisi ini memiliki tanggung jawab utama terhadap pengelolaan logistik dari perusahaan. Secara spesifik tugas dari divisi ini meliputi persiapan pemesanan produk mulai dari mengemas produk hingga mengantarkan produk ke pihak kurir, kemudian juga melakukan pengecekan ketersediaan produk, melaksanakan pengukuran produk serta *quality control* terhadap produk yang baru masuk sebelum dipasarkan, memperhatikan dan menjaga kualitas produk, serta membantu pelaksanaan *live streaming* di *marketplace* untuk meningkatkan penjualan produk sebagai salah satu strategi pemasaran.

7. *Host Live*

Host live bertanggung jawab terhadap pelaksanaan kegiatan siaran langsung yang dilakukan di *marketplace*. Secara spesifik tugas utama dari divisi ini adalah berinteraksi dengan *customer* dan calon *customer* yang bergabung kedalam siaran langsung dengan tujuan menciptakan pengalaman berbelanja yang menghibur bagi *customer*. Interaksi yang dilakukan mencakup menjawab pertanyaan *customer* terkait produk, menjelaskan spesifikasi produk, serta melakukan kegiatan penjualan produk secara langsung.

8. *Content Creator*

Content creator bertanggung jawab terhadap produksi konten media sosial dengan tujuan untuk menaikkan *engagement* dan penjualan produk. Dalam pelaksanaan kerjanya, divisi ini biasanya bekerja sama dengan divisi *graphic designer* sebagai tim *creative*. Secara spesifik *content creator* memiliki tugas yang meliputi

penyusunan *content planning*, mengatur jadwal dan menentukan lokasi *photoshoot* dan *videoshoot*, mempersiapkan kelengkapan untuk produksi konten, mendesain dan mengedit foto atau video konten sesuai dengan yang telah direncanakan di *content planning*, menganalisa hal yang dibutuhkan *customer*, serta menyesuaikan jenis konten dengan kebutuhan dari *customer*. Selain itu, divisi *content creator* juga turut berpartisipasi dalam pelaksanaan *live streaming* di *marketplace*.

9. *Graphic Designer*

Pada perusahaan Shenelin, tim *Graphic Designer* memiliki tanggung jawab yang berkaitan dengan kebutuhan aset visual dari perusahaan, baik untuk keperluan katalog produk ataupun untuk kebutuhan promosi *brand*. Sebagai bagian dari tim *creative* yang bekerja sama dengan divisi *content creator*, tugas dari tim ini secara spesifik meliputi membantu *content creator* melakukan proses pengambilan konten untuk media sosial, menghasilkan aset foto dan video produk, melakukan *retouching* hasil *photoshoot* dan *videoshoot* yang finalisasinya akan dijadikan aset perusahaan baik untuk kebutuhan media sosial ataupun *marketplace*, mengedit video iklan digital, serta mendesain *banner* untuk *marketplace*.

2.3 Portofolio Perusahaan

Portofolio perusahaan Shenelin di bidang desain banyak berkaitan dengan kebutuhan promosi yang ditampilkan di berbagai platform yang dimiliki perusahaan meliputi media sosial dan *marketplace*. Kebutuhan desain untuk media sosial umumnya berkaitan dengan konten dan *ads* mengenai produk-produk sesuai stok yang sedang tersedia pada saat itu. Sedangkan kebutuhan desain untuk *marketplace* banyak berkaitan dengan pembuatan *banner* untuk *event* promosi yang sedang dilakukan saat itu, berupa *flash sale*, *double date*, hingga kolaborasi.

1. Kampanye Promosi Produk *Christmas*

Pada Desember 2025, Shenelin mengadakan kampanye yang bersifat *seasonal* di media sosial mereka dengan mengambil tema

christmas sebagai perayaan di bulan desember yang secara umum dikenal banyak audiens. Kampanye ini secara keseluruhan memanfaatkan seluruh media digital mereka yang mencakup *instagram* melalui postingan di *feeds*, *reels*, serta *story instagram* kemudian terdapat *tiktok* melalui video *tiktok*, serta *banner* di seluruh *marketplace* yang mereka gunakan.



Gambar 2. 3 Feeds Instagram Kampanye Christmas Shenelin
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pada kampanye yang diadakan, Shenelin menampilkan stok produk dengan warna yang menggambarkan “natal” meliputi warna merah, putih, dan hijau. Selain itu sesuai dengan tema kampanye, konten dan gaya desain banyak menggunakan *style* yang bertema natal. Misalnya penggunaan musik bertema natal, penyebutan kata “*christmas*” di kebanyakan konten untuk memberikan konteks, serta penggunaan aset visual yang menciptakan kesan natal baik pada desain ataupun pada latar belakang berupa pohon natal ataupun konsistensi penggunaan warna-warna merah, putih, dan hijau pada seluruh media yang dibuat untuk keperluan kampanye. Kampanye ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk dengan memanfaatkan momen natal.

2. Kolaborasi Shenelin x Innisfree

Pada bulan juli 2022, Shenelin mengadakan sebuah kolaborasi dengan brand innisfree. Kolaborasi yang diadakan

memungkinkan *customer* mendapatkan produk Innisfree kit secara gratis ketika melakukan pembelian produk Shenelin, dengan syarat produk yang dibeli memiliki tanda Shenelin x Innisfree.



Gambar 2. 4 Banner Shenelin x Innisfree
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Terkait keperluan promosi untuk kolaborasi ini, terdapat perancangan *banner* oleh tim *graphic designer* yang ditampilkan di berbagai *marketplace* dan sosial media yang saat itu dimiliki Shenelin mencakup *Facebook*, *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, dan *Zalora*. Tujuan dari dilakukannya kolaborasi ini adalah untuk menaikkan penjualan produk dengan menarik perhatian *customer* melalui kerjasama dengan *innisfree* sebagai salah satu produk kecantikan yang pada saat itu terkenal di kalangan masyarakat.