

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

Shopee merupakan anak perusahaan bagian dari Sea Group yang diluncurkan secara serentak pada tahun 2015 di kawasan Asia Tenggara yaitu Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Taiwan, Indonesia, dan Filipina. Shopee merupakan platform e-commerce nomor 1 di Asia Tenggara dan Taiwan dengan total 12 juta penjual aktif. Shopee dipimpin oleh Chris Feng selaku Chief Executive Officer Shopee yang dulunya pernah menjadi pegiat Rocket Internet yang memimpin Zalora dan Lazada. Shopee menyediakan 7 fitur pasar yang disesuaikan dengan sistem operasional budaya lokal. Per tahun 2020, Shopee telah berhasil melakukan gross orders sebanyak 2,8 milyar (Shopee Indonesia, 2021).



Gambar 2.1. Logo Shopee Indonesia
Sumber: pngdownload.id

Kantor Shopee berada di lima lokasi yang berbeda yaitu terletak di Pacific Century Place, Sopo Del Tower, Pakuwon Tower, Warehouse, dan J-Walk Jogja. Shopee merupakan aplikasi mobile commerce berbasis marketplace pertama untuk consumer to consumer (C2C). Shopee merupakan aplikasi belanja online yang fokus utamanya adalah pada platform mobile untuk memudahkan masyarakat atau konsumen dalam melakukan transaksi belanja online. Shopee menyediakan berbagai macam produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumennya serta dilengkapi dengan metode pembayaran dan layanan pengiriman yang mudah, aman, dan praktis (Jeko, 2015).

Chris Feng selaku Chief Executive Officer Shopee mengatakan bahwa Shopee merupakan platform belanja online yang mengusung konsep sosial, di mana fokus utamanya tidak hanya jual beli saja, tetapi ada interaksi yang bisa dilakukan sesama pengguna secara langsung melalui fitur pesan instan (Jeko, 2015). Shopee percaya kekuatan perpindahan teknologi dari masa ke masa dan bertujuan ingin mengubah dunia menjadi lebih baik lagi dengan menyediakan platform untuk menghubungkan antara penjual dan pembeli dalam satu komunitas. Shopee dapat digambarkan dengan tiga nilai utama yang terlihat dari setiap langkah perjalanan Shopee yaitu Sempel, Bahagia, dan Bersama-sama. Selain itu, Shopee juga memiliki 5 nilai lainnya yang dipegang yaitu We Serve, We Adapt, We Run, We Commit, dan We Stay Humble (Shopee Karir Indonesia, 2021). Adapun visi misi Shopee Indonesia berdasarkan wawancara yang praktikan lakukan terkemas bersama dengan tujuan dan nilai-nilai yang selalu di Shopee pegang. Dilansir dari id.wantedly.com menurut Christin Djuarto, Head of Business Development Visi Shopee adalah untuk memenuhi kebutuhan user-user Online Shopping yang ada (Atarita, 2016).

Dari tahun ke tahun Shopee selalu melakukan inovasi baru untuk menunjukkan eksistensi perusahaan serta agar bisa bersaing dengan perusahaan serupa. Pada tahun 2015 tepatnya di bulan Desember, Shopee berhasil menyelenggarakan sesi pertama dari Shopee University di Taiwan. Shopee University telah mendatangkan banyak manfaat bagi sekitar 70 ribu penjual di seluruh wilayah. Shopee *University* adalah pelatihan daring yang diadakan oleh Shopee untuk seluruh penjual yang tergabung bersama Shopee. Topik yang akan dibahas dalam kelas daring tersebut adalah *sales*, *marketing*, dan *operations* (Shopee Karir Indonesia, 2021).

Pada tahun 2017, Shopee Mall diluncurkan di Taiwan dan kini telah memiliki lebih dari 11.000 penjual di 7 wilayah. Lalu pada tahun 2018, Shopee memperoleh *Gross Merchandise Value* (GMV) senilai lebih dari US\$10 milyar dengan lebih dari 600 juta transaksi yang telah dilakukan pada aplikasi Shopee. Tidak hanya itu, di tahun 2017 Shopee juga telah menerima penghargaan sebagai salah satu pemenang "The Best in Marketing Campaign" dalam ajang Marketing Award 2017. Di tahun 2018, Shopee kemudian meluncurkan inovasi kampanye Super Brand Day pertama kalinya di Indonesia dengan P&G sebagai mitra Shopee. Kemudian,

semenjak adanya kampanye tersebut Shopee telah menyelenggarakan 70 Super Brand Days di seluruh wilayah (Shopee Karir Indonesia, 2021).

Pada tahun 2018 Shopee memiliki kampanye yang bertajuk Shopee 12.12 Birthday Sale. Pada kampanye tersebut, Shopee mengumumkan BLACKPINK sebagian Regional Brand Ambassador. Lalu, pada tahun 2019 Shopee mengganti *Regional Brand Ambassador*-nya menjadi Cristiano Ronaldo untuk tahun tersebut. Pada kampanye Shopee 12.12 Birthday Sale tahun 2019, Shopee berhasil menjual 80 juta item dalam satu hari. Kemudian, masih di tahun yang sama Shopee memiliki total 500 juta viewers di Shopee Live dan lebih dari 1 milyar akun yang memainkan in-app games Shopee. Kemudian di tahun 2019 Shopee berhasil menerima penghargaan pada kategori Lead Generation/Direct Response/Conversions pada program 12.12 Anniversary di ajang Mobile Marketing Association (MMA) SMARTIES Indonesia Awards 2019 (Shopee Karir Indonesia, 2021).

Berbagai inovasi serta pencapaian didapatkan secara bertahap oleh Shopee Indonesia. Hingga saat ini Shopee terus mencatatkan berbagai prestasi dan pencapaiannya. Shopee secara konsisten menempati peringkat aplikasi teratas dalam kategori Belanja di Asia Tenggara dalam hal pengguna aktif bulanan, total waktu dalam aplikasi di Android, dan unduhan. Shopee juga merupakan aplikasi ketiga yang paling banyak diunduh secara global dalam kategori Belanja pada tahun 2020. Kemudian, Shopee menduduki peringkat pertama dalam "Peringkat Buzz APAC Terbaik 2020" YouGov, dan peringkat kedelapan dalam "Merek Global Terbaik 2020" YouGov. Selain itu, Shopee juga menjadi Indonesia WOW Brand 2021 (Sea, 2021).

Berbagai penghargaan serta pencapaian yang diraih oleh Shopee Indonesia tentu saja tidak terlepas dari kerja keras dan kinerja yang bagus para karyawannya. Oleh karena itu, Shopee selalu memberikan kesempatan bagi para karyawannya untuk mengembangkan serta meningkatkan keterampilan mereka. Tidak hanya itu, Shopee juga perlu memastikan bahwa seluruh karyawan yang bekerja sejahtera dan memberikan kinerja terbaik di tempat mereka bekerja. Kesempatan yang diselenggarakan Shopee adalah peluang pembelajaran dan pengembangan yang terdapat pada program Shopee Academy. Shopee Academy bertujuan untuk menciptakan kemitraan yang erat dengan semua *leaders*, tim, dan

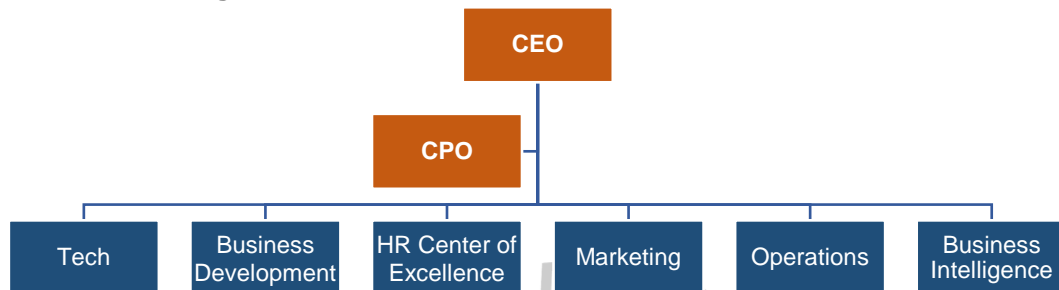
individu di Shopee untuk menciptakan solusi belajar yang efektif untuk mereka (Shopee Karir Indonesia, 2021).

Adapun program-program yang terdapat pada Shopee Academy meliputi pelatihan umum, fungsional, dan kepemimpinan untuk mencakup berbagai kelompok karyawan. Dalam pelatihan umum terdapat berbagai program serta pelatihan yang fokus terhadap pengembangan keterampilan esensial seperti komunikasi, *stakeholders management*, atau berpikir kreatif dan inovatif untuk efektivitas pribadi dan profesional. Pada pelatihan fungsional terdapat sebuah rangkaian program-program teknologi dan fungsional untuk memperluas serta memperdalam pengetahuan dan keterampilan dalam peran dan fungsi mereka. Kemudian, pada pelatihan kepemimpinan meliputi acara *engagement* dan *networking*, pembinaan dan pendampingan serta sesi sesi pendalaman bagi para pemimpin di seluruh wilayah. Pelatihan tersebut bisa didapatkan melalui media *e-learning* perusahaan yang menyediakan berbagai macam pelatihan sesuai minat para karyawan Shopee (Shopee Karir Indonesia, 2021).

Selain Shopee Academy, Shopee juga menghadirkan berbagai fasilitas untuk menunjang kebutuhan para karyawannya seperti *snack* gratis, makanan gratis, dan minuman gratis. Tidak hanya itu, Shopee juga turut membantu pemerintah untuk memutuskan rantai penyebaran COVID-19 dengan menyediakan sentra vaksinasi bagi seluruh karyawan dan keluarga karyawan Shopee. Kemudian, Shopee juga membekali karyawan baru dengan melakukan pengenalan terlebih dahulu ketika baru bergabung bersama Shopee. Adapun pembekalan tersebut dilakukan selama dua sesi. Sesi pertama adalah pembekalan pada hari pertama karyawan baru yang bergabung di Shopee. Pembekalan ini bersifat umum yang dilakukan selama satu jam yang terkait dengan bagaimana karyawan baru harus bisa beradaptasi dengan segala peraturan dan ketentuan yang tertulis di Shopee.

Lalu pada sesi kedua sifat pembekalannya lebih spesifik yang biasanya dilakukan sesuai dengan departemennya masing-masing. Pembekalan sesi kedua dilakukan dalam jangka waktu 1 sampai 7 hari. Pembekalan sesi kedua ini terkait dengan pembekalan materi struktur organisasi sampai seluruh elemen yang harus diketahui karyawan ketika terlibat sebagai departemen yang disesuaikan dengan karyawan tersebut.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Shopee Indonesia
Sumber: Marketing Onboarding Shopee Indonesia

Shopee Indonesia mempunyai enam departemen yang membantu perusahaan serta departemen marketing untuk mengelola perusahaan. Berdasarkan materi yang dipaparkan pada saat praktikan mengikuti kegiatan Marketing Onboarding, adapun deskripsi pekerjaan dari setiap departemen adalah sebagai berikut:

a) *Tech*

Membangun dan mengelola dari sisi teknologi seluruh produk Shopee seperti membantu departemen marketing dari sisi UI atau UX. Serta melayani dan memberikan dampak bagi jutaan pelanggan di seluruh region.

b) *Business Development*

Membangun kemitraan yang kuat bersama dengan *merchants* serta memberikan saran terkait rencana strategis untuk kebutuhan bisnis. Mendukung Shopee dari sisi bisnis seperti antara seller dengan user dan membantu Shopee untuk membangun hubungan yang baik atau *partnerships* dengan seluruh *stakeholder* Shopee. Selain itu, BD juga bertanggung jawab untuk merencanakan strategi untuk membesarkan *seller* (ada *supply* dan *demand*).

c) *HR Center of Excellence*

Bertanggung jawab untuk menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan dan hubungan karyawan yang positif dengan mengelola strategi dan prosedur *human resource* yang efektif. Selain itu, departemen ini juga bertanggung jawab untuk memberikan semangat dan membantu karyawan dalam memenuhi segala kebutuhannya untuk kelancaran seluruh *employee* Shopee.

d) *Marketing*

Menjalankan kampanye untuk meningkatkan kepekaan, pemakaian, serta keaktifan *user* di platform Shopee. Mengarahkan dan mengelola kampanye dari sisi *user* atau order serta mempromosikan kampanye tersebut ke pihak eksternal melalui berbagai media yang ada. Dalam melaksanakan Kerja Profesi, praktikan terlibat ke dalam departemen Marketing.

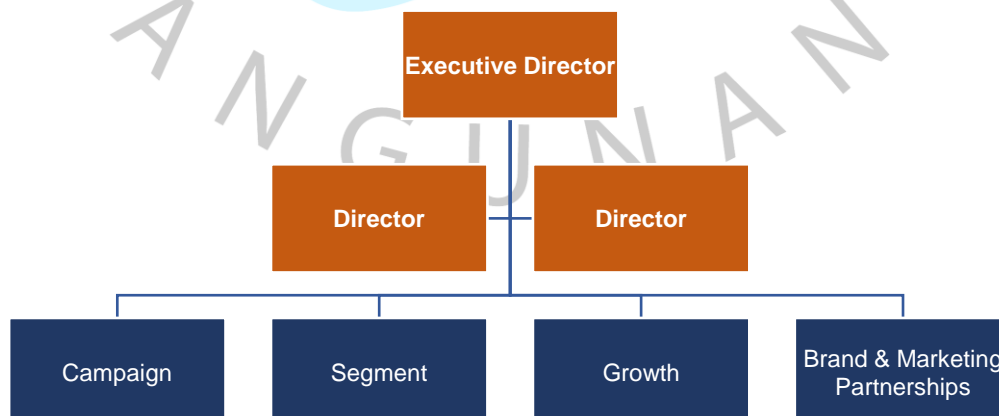
e) *Operations*

Mendukung bisnis secara keseluruhan dengan memastikan stabilitas sistem untuk memberikan pengalaman *user* yang lancar. Departemen *operations* merupakan salah satu tim yang bekerja di belakang layar namun posisinya sangat penting untuk reputasi perusahaan. Salah satu yang terlibat dalam tim ini adalah *Customer Service* yang membantu menjawab dan mendengarkan keluhan konsumen dan *seller*. Serta ada tim *fraud* yang membantu mengawasi pengguna yang curang saat berjalannya kampanye atau promo.

f) *Business Intelligence*

Mengumpulkan data dan membuat analisis yang mengarah pada kesimpulan yang dapat ditindaklanjuti guna mendorong pengambilan keputusan yang tepat sasaran. BI juga bertanggung jawab untuk berdiskusi bersama tim *marketing* untuk mengevaluasi setiap kegiatan yang berjalan agar dapat menjalankan strategi baru berdasarkan data yang didapatkan dan dievaluasi.

2.2.1 Struktur Departemen Marketing (*Project*) dan Sub Marketing (*Project*)



Gambar 2.3 Struktur Departemen Marketing (*Project*) Shopee Indonesia
Sumber: Marketing Onboarding Shopee Indonesia

Praktikan terlibat sebagai anggota dari departemen marketing yang memiliki empat divisi besar. Berdasarkan materi yang dipaparkan pada saat praktikan mengikuti kegiatan *Marketing Onboarding*, adapun deskripsi pekerjaan dari setiap divisi tersebut adalah sebagai berikut:

a) *Executive Director*

Bertanggung jawab untuk memberikan *feedback* terkait dengan seluruh kampanye atau *project* serta inisiatif yang dijalankan oleh departemen *marketing*. Mengawasi seluruh kegiatan yang dijalankan oleh departemen *marketing* apakah berjalan sesuai rencana atau tidak.

b) *Director I*

Bertanggung jawab untuk membantu dari sisi *project growth* untuk menjalankan kegiatan yang berhubungan dengan mendapatkan *user* baru, menaikkan *download* atau *install*, dan menaikkan *user* serta *new buyer* Shopee.

c) *Director II*

Bertanggung jawab terhadap seluruh *external marketing* seperti *branding* kampanye, pembuatan *jingle*, *social media*, dan seluruh media yang digunakan untuk mempromosikan kampanye ke pihak eksternal.

d) *Campaign*

Bertanggung jawab sebagai roda penggerak dari seluruh inisiatif dan *project* yang berhubungan dengan kampanye-kampanye besar maupun kampanye bulanan. Merencanakan kampanye dari mulai *planning*, implementasi sampai ke tahap evaluasi. Memastikan selalu ada inovasi baru dari setiap kampanye atau *project* yang akan berjalan dan bisa diterima oleh masyarakat serta menjawab kebutuhan masyarakat.

e) *Segment*

Bertanggung jawab untuk membesarkan order, GMP, dan *user base* dari seluruh kategori yang dimiliki oleh Shopee. Membantu serta mendukung untuk merencanakan order serta *branding* yang besar. Memastikan setiap kategori yang terdapat di Shopee bertumbuh dan berkembang.

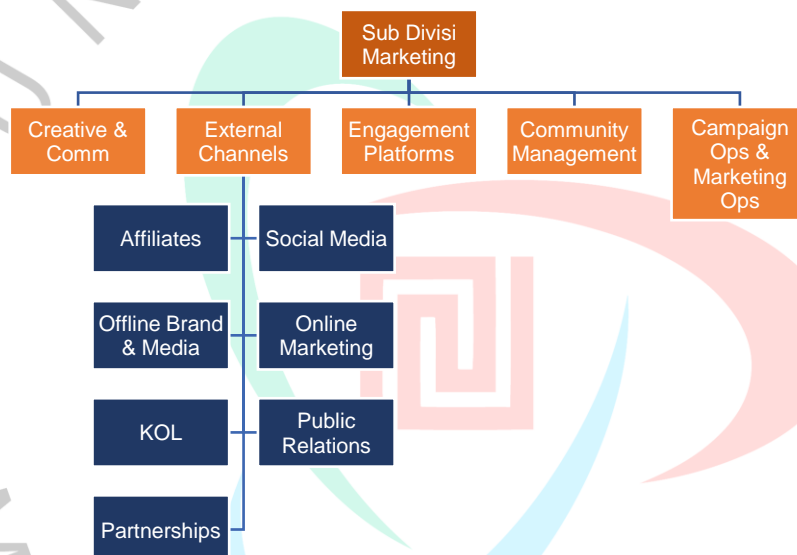
f) *Growth*

Fokus terhadap seluruh kampanye yang bertujuan untuk meningkatkan *download*, *user*, dan *new buyer* Shopee. Membantu Shopee untuk terus

bertumbuh dan berkembang. Memastikan untuk orang-orang yang belum belanja di Shopee akan belanja di Shopee, mempertahankan konsumen agar terus belanja di Shopee.

g) *Brand & Marketing Partnerships*

Bertanggung jawab untuk bekerja sama dengan tim BD agar terikat dengan *brand-brand* besar yang ada di Shopee untuk membesarkan *order* seluruh *brand* dari Shopee. Mengajak seluruh *brand* untuk bekerja sama dengan Shopee seperti melakukan *launch product* baru di Shopee.



Gambar 2.4 Struktur Sub Departemen Marketing (Project) Shopee Indonesia
Sumber: Marketing Onboarding Shopee Indonesia

Departemen marketing memiliki 4 divisi besar, namun disamping itu departemen marketing juga memiliki sub dan sub-sub divisi marketing. Praktikan termasuk ke dalam anggota di sub divisi marketing unit external channels dalam sub unit Affiliates Adapun deskripsi pekerjaan dari setiap sub dan sub-sub divisi tersebut adalah sebagai berikut:

a) *Creative & Communication*

Bertanggung jawab untuk membantu seluruh kebutuhan kampanye seperti membuat pesan kampanye yang dapat diterima dan dimengerti oleh target sasaran (*user, customer, dan Sobat Shopee*). Merencanakan visual serta *copywriting* untuk kampanye.

b) *External Channels*

Membantu untuk mempromosikan seluruh *project* Shopee agar dapat menjangkau audiens lebih luas lagi (seluruh Indonesia) dengan menggunakan seluruh media eksternal yang ada seperti media sosial, pemasaran *online*, dan lain sebagainya. Memastikan seluruh *project* yang dijalankan Shopee tersampaikan ke seluruh masyarakat Indonesia.

- *Affiliates*

Bertanggung jawab terhadap program Shopee Affiliate untuk bekerja sama dengan *influencers* untuk mempromosikan produk yang terdapat di Shopee serta membayar komisi kepada seluruh influencer atau KOL yang akan mempromosikan produk yang terdapat di Shopee melalui *link* khusus yang dibuat. Promosi tersebut digunakan pada media sosial yang mereka miliki seperti Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, dan TikTok. Hal ini dilakukan untuk mendorong pesan kampanye dan *order-driving initiatives*. Dalam pelaksanaan Kerja Profesi, praktikan terlibat ke dalam unit Affiliates yang termasuk ke dalam external channels.

- *Social Media*

Bertanggung jawab untuk mengelola seluruh akun media sosial Shopee Indonesia.

- *Offline Brand & Media*

Bertanggung jawab untuk menangani dan mengelola seluruh media *offline branding* seperti Billboard, TV Ads & promo filler, LED Ads, In Building Ads, Brand Ambassador, TV Show, dan TV Shopping.

- *Online Marketing*

Bertanggung jawab untuk menangani media *online marketing* Shopee Indonesia's seperti FB atau IG Ads, Twitter Ads, TikTok Ads, Affiliate Marketing, Seller Project, dan SEO.

- *KOL (Key Opinion Leader)*

Bertanggung jawab untuk mengelola dan mempertahankan hubungan yang baik dengan para KOLs untuk mendukung seluruh kampanye Shopee.

- *Public Relations*
Bertanggung jawab untuk menangani seluruh kegiatan PR Shopee Indonesia's untuk memperkuat serta mempertahankan *brand* dan reputasi Shopee Indonesia's melalui berbagai kegiatan seperti *press release, press conference, media gathering or media relations, crisis and issue handling, dan internal communications.*
- *Partnerships*
Banking partnerships – Bertanggung jawab untuk menangani seluruh aktivitas kerja sama dengan bank.

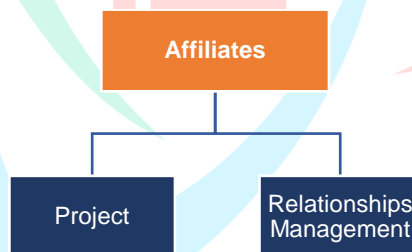
c) *Engagement Platforms & Community Management*

Menjalin relasi yang baik terhadap seluruh komunitas yang ada di Shopee dan Sobat Shopee yang membantu Shopee untuk menyebarluaskan kampanye.

d) *Campaign Ops & Marketing Ops*

Bertanggung jawab terhadap seluruh visual promosi yang akan digunakan untuk kampanye pada halaman pertama aplikasi Shopee.

2.2.2 Struktur Organisasi Departemen Affiliates



Gambar 2.5 Struktur Departemen Affiliates Shopee Indonesia
Sumber: Nabila (*Junior Associate*), 2021.

Departemen Affiliates termasuk ke dalam bagian departemen marketing sub divisi external channels. Parktikan termasuk ke dalam anggota di sub divisi marketing departemen external channels dalam sub departemen Affiliates bagian tim Project. Adapun deskripsi pekerjaan dari sub departemen project yang didapatkan dari hasil wawancara dengan Nabila Rudiono selaku Junior Associate adalah sebagai berikut:

a) *Project*

Bertanggung jawab terhadap program Shopee Affiliate untuk bekerja sama dengan *influencers* untuk mempromosikan produk yang terdapat di Shopee

serta membayar komisi kepada seluruh influencer atau KOL yang akan mempromosikan produk yang terdapat di Shopee melalui *link* khusus yang dibuat. Bertanggung jawab untuk menyeleksi para calon KOL yang akan bergabung di program Shopee Affiliates.

Dalam melaksanakan Kerja Profesi posisi praktikan terlibat di dalam tim Affiliates bagian tim *Project* yang bertanggung jawab untuk menyeleksi para calon KOL yang baru mendaftar untuk bergabung pada program Shopee Affiliates sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Selain itu, praktikan juga berkoordinasi dengan tim lain seperti KOL Team, *Business Intelligence* untuk mengelola data para KOL yang dapat mengikuti kampanye Shopee. Adapun tugas utama lainnya adalah menganalisis pelaksanaan program Shopee Affiliates serta menganalisis *engagement* postingan para KOL Shopee Affiliates yang ikut program kampanye Shopee.

b) *Relationships Management*

Bertanggung jawab untuk menjaga relasi dengan para KOL yang bergabung bersama Shopee Affiliates.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Shopee merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang marketplace yang mempertemukan antara penjual dengan pembeli dalam satu platform (Ismail, 2020). Salah satu fitur yang disediakan oleh Shopee adalah pengguna bisa melakukan interaksi antara penjual dan pembeli dengan mudah. Setiap pengguna Shopee bisa dengan bebas melakukan setiap transaksi online melalui Shopee seperti belanja online, membayar tagihan, memesan makanan, berinteraksi dengan orang lain, bermain, dan lain sebagainya.

Dari sejak diluncurkan, Shopee mengalami perkembangan yang sangat pesat dan berkomitmen akan terus berkembang dan bertumbuh dengan menyesuaikan budaya yang ada. Berbagai kegiatan dilakukan oleh Shopee untuk terus berkembang salah satunya adalah kegiatan kampanye yang setiap bulan dijalankan oleh Shopee dengan tujuan untuk meningkatkan awareness, engagement, dan action para pengguna Shopee. Shopee terus berusaha untuk bertahan agar tetap menjadi e-commerce nomor 1 di Asia Tenggara dan Taiwan dengan kampanye-kampanye yang dikenal masyarakat. Dari kampanye tersebut,

terbentuklah reputasi Shopee Indonesia yang dikenal sebagai perusahaan yang populer di tengah masyarakat (Marketing New Hire Onboarding, 2021).

Setiap tahunnya karyawan yang terlibat di dalam departemen marketing, diharuskan untuk memikirkan perencanaan, strategi, ataupun inisiatif baru agar Shopee bisa terus bertahan, bertumbuh, dan berkembang. Secara garis besar, tujuan Shopee untuk melakukan berbagai kegiatan adalah untuk meningkatkan download, user, dan new buyer pengguna Shopee. Tidak hanya itu Shopee juga akan mempertahankan konsumen dari new user ke buyer, dari buyer ditingkatkan lagi untuk terus order di Shopee, dan seterusnya. Dalam menjalankan seluruh kegiatannya, Shopee selalu memegang teguh 5 nilai yang terdapat di perusahaan yaitu We Serve, We Adapt, We Run, We Commit, dan We Humble (Marketing New Hire Onboarding, 2021).