

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI**

#### **2.1 Sejarah Instansi/Perusahaan**

PT. Shopee International Indonesia merupakan anak perusahaan dari Sea Group yang merupakan *parent company* dari 3 (tiga) perusahaan yaitu Shopee bergerak pada *platform e-commerce*, Sea Money bergerak pada layanan keuangan digital dan Garena *platform* hiburan digital dengan *game-game* terkenal yang diluncurkan, seperti: Freefire, League of Legends, dan Call of duty mobile. Shopee sendiri merupakan *e-commerce* multinasional yang diluncurkan pada tahun 2015 di 7 (Tujuh) wilayah berbeda seperti Singapura, Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, Taiwan, dan Filipina. *Platform* Shopee diluncurkan disesuaikan dengan wilayah masing-masing. Shopee didirikan dengan tujuan memberikan pelanggan (Sobat Shopee) pengalaman belanja online yang mudah, aman, dan cepat melalui dukungan pembayaran dan pemenuhan yang kuat.

Selain itu, Shopee juga percaya bahwa belanja online harus dapat diakses, mudah dan menyenangkan. Ini adalah visi yang ingin disampaikan Shopee di platform, setiap hari (Shopee, 2021). Untuk menggambarkan perusahaan Shopee, dari bagaimana Shopee berbicara, berperilaku atau bereaksi terhadap situasi tertentu. Pada dasarnya, Shopee Simpel yaitu Shopee percaya pada sebuah kesederhanaan dan integritas, mengutamakan kejujuran, membumi, dan sejati pada diri sendiri. Bahagia yaitu Shopee ramah dan menyukai segala hal yang seru dan penuh dengan energi yang positif, serta menyebarkan kebahagiaan kepada semua orang yang Shopee temui khususnya konsumen (Sobat Shopee). Serta Bersama-sama, yaitu Shopee senang menghabiskan waktu berkualitas bersama-sama sambil berbelanja *online* dengan teman dan keluarga, melakukan hal-hal yang disukai sebagai unit yang besar. Selain 3 (Tiga) Nilai ini, Shopee Indonesia memiliki 5 (Lima) nilai utama yang terlihat di setiap langkah perjalanan Shopee yaitu (Shopee Academy, 2021) :

#### **1) Kita Melayani (We Serve)**

- A. Mendengarkan dan berempati dari sudut pandang pelanggan, bahkan saat kita tidak setuju.
- B. Melakukan upaya yang tulus dalam membantu pelanggan.

- C. Mengambil atau menunjukkan rasa kepemilikan dalam mengidentifikasi isu/masalah dan solusi.
- D. Berpikir lebih dahulu apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.
- E. Membantu isu-isu baik di dalam maupun di luar cakupan tanggung jawab pekerjaan kita.
- F. Melampaui ekspektasi yang dianggap tidak mungkin dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
- G. Memberi lebih dari yang diharapkan, untuk memberikan nilai jangka panjang bagi pelanggan.

**2) Kita Beradaptasi (We Adapt)**

- A. Merespons secara positif dan fleksibel saat menghadapi perubahan dan ketidakpastiaan/ketidakjelasan.
- B. Melakukan perencanaan lebih awal akan perubahan-perubahan yang mungkin terjadi.
- C. Memengaruhi sekitar (orang lain) untuk menerima/merangkul perubahan.
- D. Melihat setiap perubahan sebagai sebuah kesempatan untuk jadi lebih baik dan menang.
- E. Mendorong melebihi Batasan kita Ketika menghadapi situasi baru atau tanggung jawan di luar zona nyaman.
- F. Menciptakan dan mendorong perubahan untuk membawa terobosan walaupun di tengah tantangan.

**3) Kita Berlari (We Run)**

- A. Tidak menunggu sampai nanti jika dapat melakukan sekarang.
- B. Menetapkan prioritas dan bergerak cepat dalam menyelesaikan pekerjaan.
- C. Secara terus-menerus mencari cara yang lebih baik dan cepat untuk mencapai hasil akhir.
- D. Bekerja lebih cepat daripada yang sudah ditentukan dan mencari cara untuk melebihi ekspektasi.
- E. Mencapai apa yang dianggap mustahil dalam waktu singkat.
- F. Terus menantang diri sendiri dan orang-orang di sekitar untuk terus mendorong batasan apa yang dianggap mungkin.

**4) Kita Berkomitmen (We Commit)**

- A. Menyelesaikan apa yang sudah dijanjikan dengan tepat waktu.
- B. Mempunyai rasa kepemilikan dalam hal-hal yang harus dilakukan setiap saat.
- C. Berkomitmen sebagai satu tim saat keputusan telah dibuat, dan mengesampingkan pandangan pribadi.
- D. Menyelesaikan pekerjaan dengan standar kualitas yang tinggi, walaupun dihadapkan dengan tantangan.
- E. Mengidentifikasi isu dan mencari cara untuk menyelesaikannya dengan hasil yang terbaik.
- F. Tetap setia kepada organisasi dan bersikap sebagai advokat *brand* yang bangga.
- G. Selalu memberikan lebih dari yang telah dijanjikan.
- H. Secara profokatif mengidentifikasi cara untuk membuat organisasi semakin baik.
- I. Membuat pengorbanan secara pribadi demi kepentingan organisasi.

**5) Kita Tetap Rendah Hati (We Stay Humble)**

- A. Memiliki sikap yang rendah hati dan memiliki pikiran yang terbuka.
- B. Selalu mau belajar, mendengar, dan bekerja keras untuk memperbaiki diri.
- C. Sewaktu terjadi kesalahan, mengakui dan belajar dari hal tersebut.
- D. Secara produktif belajar dari sudut pandang berbeda, termasuk dari kolega dan pesaing.
- E. Membangun kebiasaan bekerja keras secara konsisten.
- F. Mengesampingkan ego, merayakan sukses dengan memberikan penghargaan/pujian kepada orang lain.
- G. Menjadi yang pertama menanggung rasa sulit dan menjadi yang terakhir untuk menikmati kesuksesan.

*Senior Management Team* Shopee sendiri berada dibawah kepemimpinan Chris Feng selaku Chief Executive Officer Shopee, David Chen selaku Chief Product Officer, Terence Pang selaku Chief Operating Officer, dan Zhou Junjie selaku Chief Commercial Officer. Sedangkan untuk Shopee Indonesia *Management Team* berada dibawah kepemimpinan Handhika Jahja selaku Executive Director. Kantor Shopee Indonesia sendiri terbagi menjadi 5 (Lima) yaitu

terletak di Pacific Century Place, Sopo Del Tower, Pakuwon Tower, Warehouse, dan J-Walk Jogja.



**Gambar 2.1 Shopee Logo**  
Sumber : (Shopee, 2021)

Dari tahun ke tahun Shopee sudah melewati berbagai perjalanan dari awal terbentuknya. Seperti pada tahun 2015, selain meluncurkan Shopee di 7 (Tujuh) wilayah yang berbeda. Shopee berhasil menyelenggarakan sesi Shopee University pertama di Taiwan dan hingga kini, sudah ada lebih dari 70.000 penjual di seluruh wilayah termasuk Indonesia telah mendapatkan manfaat dari sesi ini. Pada tahun 2017, Shopee berhasil meluncurkan Shopee Mall di seluruh wilayahnya. Hingga kini, Shopee sudah memiliki lebih dari 11.000 *brand* yang bekerja sama dengan Shopee dan tersebar di 7 (Tujuh) wilayahnya. Selain itu, pada tahun 2017 Shopee Indonesia juga mendapatkan berbagai penghargaan yaitu Bright Awards Indonesia 2017, Indonesian Netizen Brand Choice Award 2017, dan Marketing Award 2017. Pada tahun 2018, Shopee berhasil memperoleh *Gross Merchandise Value* (GMV) senilai lebih dari US\$ 10 Milyar dengan lebih dari 600 juta transaksi yang telah dilakukan melalui *platform* Shopee. Pada tahun yang sama yaitu di bulan Mei, Shopee juga meluncurkan “Super Brand Day” pertama di Indonesia dengan *brand* P&G. Sejak saat itu, Shopee telah menyelenggarakan 70 Super Brand Days di seluruh Wilayah bekerja sama dengan berbagai *brand*. Masih di tahun yang sama, Shopee mengumumkan bahwa salah satu *girl group* Korea Selatan yaitu Blackpink menjadi Regional *Brand Ambassador* menjelang Shopee 12.12 *Birthday Sale*.

Pada bulan Agustus 2019, Shopee mengumumkan bahwa Cristiano Ronaldo sebagai Regional *Brand Ambassador* yang baru untuk tahun 2019. Masih di tahun yang sama, Shopee berhasil menjual 80 juta *item* dalam satu hari di

Shopee 12.12 *Birthday Sale*. Selain itu, masih di tahun 2019 Shopee berhasil memiliki total 500 juta *views* di Shopee Live dan lebih dari 1 Milyar yang memainkan *in-app games* di Shopee (Shopee, 2021). Selain itu, di tahun 2019 Shopee Indonesia berhasil mendapatkan penghargaan HR Excellence Awards 2019, MMA SMARTIES Indonesia Awards 2019, dan YouGov Brand Index. Di tahun 2020, Shopee Indonesia kembali mendapatkan penghargaan sebagai Indonesia WOW Brand 2020. Seluruh Inovasi dan prestasi yang telah diterima di seluruh region tentu tidak terlepas dari kerjasama tim yang dilakukan oleh karyawan Shopee atau yang disebut Shopee *Team*.

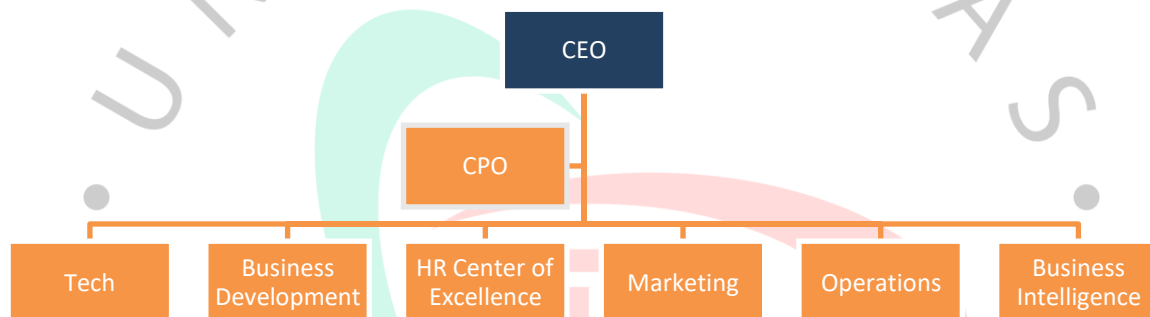
Chris Feng selaku Chief Executive Officer Shopee pernah mengatakan “Memahami orang lain adalah kunci kesuksesan sebuah kepemimpinan. Di Shopee, sangatlah penting bagi kami untuk mengerti bagaimana cara menyampaikan pengalaman terbaik, untuk para karyawan, partner dan pengguna.” Maka dari itu, Shopee selalu sangat menghargai karyawan dan terus berusaha untuk memberikan yang terbaik bagi mereka. Shopee terus-menerus memberikan kesempatan bagi karyawannya untuk mengembangkan dan meningkatkan keterampilan mereka.

Shopee juga menyediakan lingkungan kerja yang dinamis untuk mempromosikan budaya kerja yang kolaboratif dan menyenangkan. Selain itu, Shopee juga menghargai adanya budaya belajar di tengah-tengah karyawannya. Maka dari itu, Shopee menghadirkan Shopee Academy yang hadir dengan program-program yang dapat menciptakan kemitraan yang erat di tengah-tengah lingkungan kerja Shopee. Program-program pembelajaran dan pelatihan yang diselenggarakan oleh Shopee Academy terdiri dari pelatihan umum yang berfokus pada pengembangan keterampilan esensial guna efektivitas yang professional.

Lalu pelatihan Fungsional yang berfokus pada program-program teknologi dan fungsional yang bertujuan untuk dapat memperluas dan memperdalam pengetahuan serta keterampilan masing-masing karyawan. Serta pelatihan secara kepemimpinan, yaitu menghadirkan program-program dengan mengadakan serangkaian pelatihan kepemimpinan dan acara-acara *engagement* dan *networking*. Selain itu, setiap *department* Shopee Indonesia akan mengadakan sesi *Onboarding* atau sesi pengenalan untuk seluruh karyawan atau Shopee Team yang baru bergabung dengan Shopee. Biasanya untuk sesi *Onboarding* akan diselenggarakan selama 3 (Tiga) sampai 4 (Empat) hari menyesuaikan dengan

jumlah *team* dari masing-masing *department*. Selain itu, Shopee Indonesia juga mengadakan acara-acara *Employee Engagement* yaitu bertujuan untuk merayakan pencapaian yang telah dilakukan oleh Shopee Team. Seperti Shopee *Fitness Class*, CSR : Donor Darah, Sip & Gogh *Painting Class*, Gebyar Merdeka (Hari Kemerdekaan), 9.9 *Super Appreciation Day*, *Christmas Gathering*, dan lainnya (Shopee Karir, 2021).

## 2.2 Struktur Organisasi



**Gambar 2.2 Struktur Organisasi Shopee Indonesia**  
Sumber : (Wijaya, 2021)

PT. Shopee International Indonesia memiliki total 6 (Enam) *Department* yang bertugas untuk mengelola perusahaan. Adapun deskripsi pekerjaan pada setiap *department* :

- 1) *Tech*  
Membangun dan mengelola produk-produk teknologi Shopee, melayani dan juga memberikan dampak bagi jutaan pelanggan di seluruh region.
- 2) *Business Development*  
Membangun kemitraan yang kuat dengan *merchants* dan memberikan saran terkait rencana strategis untuk pertumbuhan bisnis.
- 3) *HR Center of Excellence*  
Menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan dan hubungan karyawan yang positif dengan mengelola strategi dan prosedur human *resource* yang efektif.

4) *Marketing*

Menjalankan campaign guna meningkatkan kepekaan, pemakaian, serta keaktifan user di platform Shopee. Praktikan sendiri tergabung di *Department Marketing* dalam menjalani praktik Kerja Profesi.

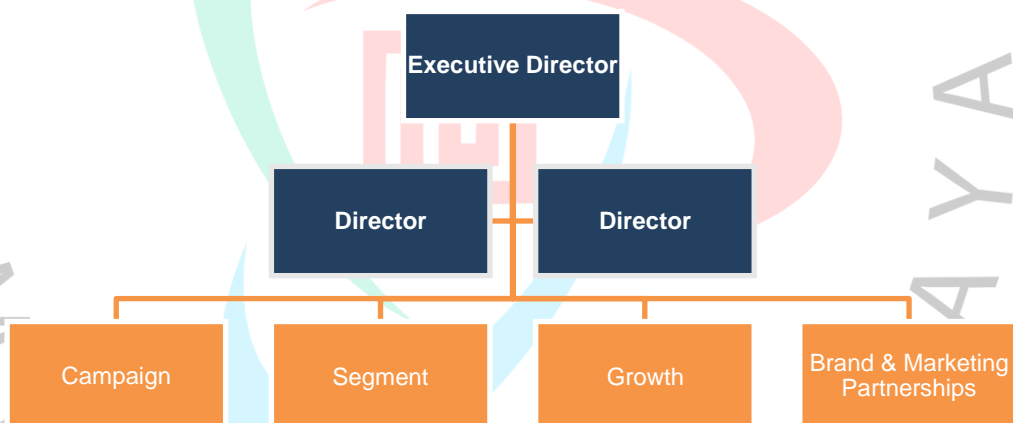
5) *Operations*

Mendukung bisnis secara keseluruhan dengan memastikan stabilitas sistem untuk memberikan pengalaman *user* yang lancar.

6) *Business Intelligence*

Mengumpulkan data dan membuat analisis yang mengarah pada kesimpulan yang dapat ditindaklanjuti guna mendorong pengambilan keputusan yang tepat untuk bisnis Shopee.

### 2.2.1 Struktur *Department Marketing (Project)*



**Gambar 2.3 Struktur *Department Marketing (Project)* Shopee Indonesia**

Sumber : (Wijaya, 2021)

Pada *department Marketing (Project)* memiliki 4 (Empat) *team*. Adapun deskripsi pekerjaan masing-masing *team* :

**1) Executive Director**

Bertanggung jawab dalam memberikan *feedback* mengenai dengan seluruh *campaign* atau *project* serta inisiatif yang dijalankan oleh *department marketing*. Executive Director juga bertugas dalam mengawasi seluruh kegiatan yang dijalankan oleh *department marketing* apakah berjalan sesuai rencana yang sudah disepakati atau tidak.

**2) Director – Monica Vionna**

Bertanggung jawab dalam membantu dalam project growth untuk menjalankan kegiatan yang berhubungan dengan mendapatkan *user* baru, menaikkan *download* atau *install* Aplikasi Shopee, dan meningkatkan *new buyer* pada aplikasi Shopee.

**3) Director – Jerry Gunawan**

Bertanggung jawab terhadap seluruh external marketing seperti *campaign branding*, pembuatan jingle untuk *campaign* (co : Shopee COD), *social media*, dan seluruh media atau Eksternal *channel* yang digunakan untuk mempromosikan *campaign* Shopee.

**4) Campaign Team**

Merencanakan *campaign* (*Big Campaign, Monthly Campaign, Secondary Campaign*) dari mulai *planning*, eksekusi sampai ke tahap evaluasi. Memastikan selalu ada inovasi baru dari setiap *campaign* yang akan berjalan dan bisa diterima oleh masyarakat serta menjawab kebutuhan masyarakat khususnya sobat Shopee.

**5) Segment Team**

Bertanggung jawab untuk membesarkan *order*, GMP, dan *user base* dari seluruh kategori yang dimiliki oleh Shopee.

**6) Growth Team**

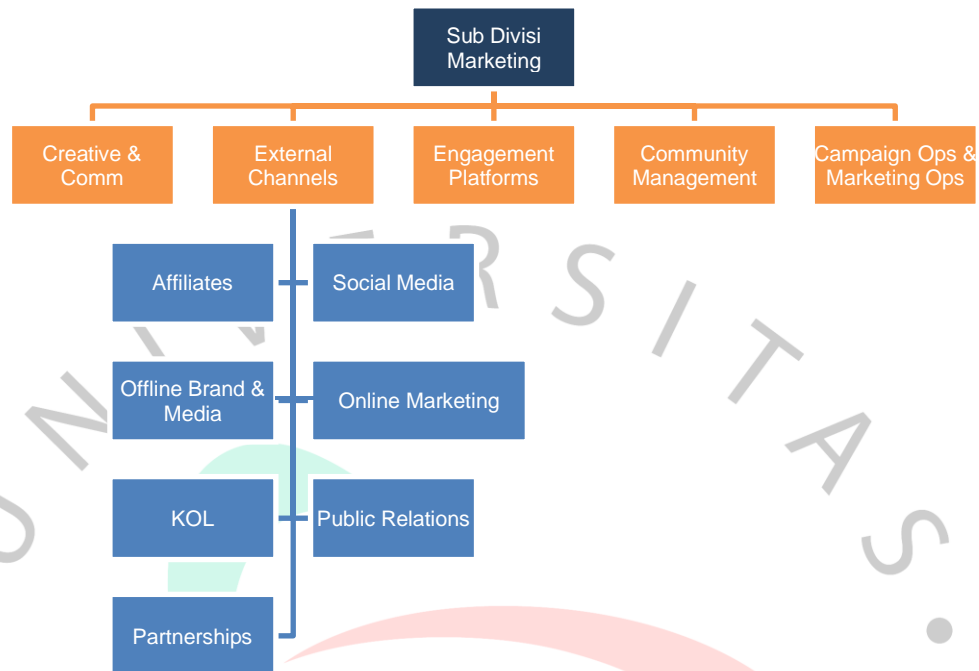
Fokus terhadap seluruh *campaign* yang bertujuan untuk meningkatkan *download*, *user*, dan *new buyer* Shopee. Praktikan sendiri tergabung di *Growth Team* dalam menjalani praktik Kerja Profesi.

**7) Brand & Marketing Partnerships Team**

Bertanggung jawab untuk bekerja sama dengan tim BD (*Business Development*) agar dapat bekerja sama dengan *brand-brand* besar yang ada di Shopee. Serta mengajak seluruh *brand* untuk bekerja sama dengan Shopee seperti melakukan *launch product* baru di Shopee.



## 2.2.2 Struktur Sub Marketing (Project)



Gambar 2.4 Struktur *Sub Marketing (Project)* Shopee Indonesia  
Sumber : (Wijaya, 2021)

*Department* marketing juga memiliki sub divisi marketing. Praktikan termasuk ke dalam sub divisi marketing unit *external channels* yaitu dalam *Affiliates Team*. Adapun deskripsi pekerjaan sebagai berikut:

### 1) **Creative & Communication**

Bertanggung jawab untuk membantu seluruh kebutuhan kampanye seperti membuat *Copywriting campaign* yang dapat diterima dan dimengerti oleh target sasaran (*user, customer, dan Sobat Shopee*).

### 2) **External Channels**

Membantu untuk mempromosikan seluruh *campaign* Shopee agar dapat menjangkau audiens lebih luas lagi (seluruh Indonesia) dengan menggunakan seluruh media eksternal. *Eksternal Channels* terdiri dari :

- A. *Affiliates*, bertanggung jawab terhadap *Shopee Affiliate Program* untuk bekerja sama dengan *Influencer* dan *KOL (Key Opinion Leader)* khususnya *Nano Influencer* dan *KOL* untuk mempromosikan produk yang diperjual oleh

*Star/Premium Seller* di aplikasi Shopee. *Influencer* dan KOL akan mendapatkan komisi setelah melakukan promosi produk melalui media sosial nya (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter). Praktikan sendiri tergabung dalam Marketing Affiliate Team. Shopee Affiliates Program sendiri dibentuk dengan tujuan agar para *Influencer* (*Nano Influencer*) dan KOLs dapat mendorong pesan *campaign* Shopee Indonesia.

- B. Social Media, bertanggung jawab untuk mengelola seluruh media sosial Shopee Indonesia.
- C. *Online Marketing*, bertanggung jawab untuk menangani media online marketing Shopee Indonesia seperti FB atau IG Ads, Twitter Ads, TikTok Ads, Seller Project, dan SEO.
- D. KOL (*Key Opinion Leader*), bekerja sama dengan *Affiliate team* untuk mengelola dan mempertahankan hubungan yang baik dengan para *Influencer* dan KOLs khususnya Macro dan Mega *Influencer* dan KOLs untuk mendukung seluruh *campaign* Shopee.
- E. *Public Relations*, bertanggung jawab untuk menangani seluruh kegiatan PR Shopee Indonesia seperti *press release*, *press conference*, *media gathering or media relations*, *crisis and issue handling*, dan *internal communications*.
- F. *Partnerships*, bekerja sama dengan *Finance Team* untuk menangani seluruh aktivitas kerja sama dengan bank.

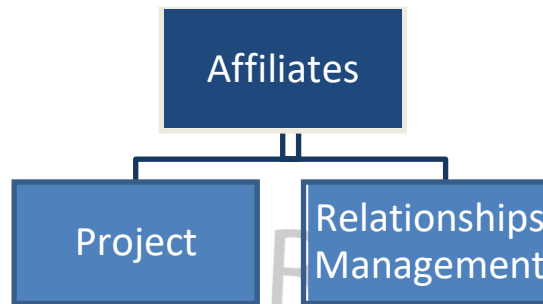
### **3) *Engagement Platforms & Community Management***

Menjalin relasi yang baik terhadap seluruh komunitas yang ada di Shopee.

### **4) *Campaign Ops & Marketing Ops***

Bertanggung jawab terhadap seluruh visual promosi (*Microsite* pada aplikasi Shopee) yang akan digunakan untuk *campaign* Shopee.

### 2.2.3 Struktur Marketing Affiliate Team



Gambar 2.5 Struktur Marketing Affiliate Team Shopee Indonesia

Sumber : (Rudiono, 2021)

Praktikan tergabung dalam Marketing Affiliate Team, Affiliate Team sendiri terbagi menjadi kembali menjadi 2 (dua) *team* kecil yaitu *project team* dan *Relationships Management (RM) Team*. Praktikan tergabung dalam *Project Team*. Kedua *team* ini memiliki fungsi yang berbeda-beda, seperti (Shopee Karir, 2021) :

- **Project Team** : *Internal facing*, yaitu mengelola affiliate database dan memantau registrasi (Khususnya Media Sosial Pendaftar) setiap hari, memantau kinerja *Influencer/affiliate* dan bekerja sama untuk mengoptimalkan *affiliate* KPIs, mengelola komunikasi mengenai informasi promosi dan performance progress dalam bentuk membuat *pitch deck* atau *briefing* mengenai kampanye Shopee yang ditujukan untuk *influencer* dan affiliates dapat mengikuti *brief* tersebut agar pesan kampanye yang diinginkan dapat tersampaikan ke *audiens* (Apakah *influencer/affiliate* mengikuti ketentuan *pitch deck* atau tidak dalam membuat konten promosi), memantau dan menganalisis *Campaign Brand* bersama Shopee Affiliate. Serta, mengikuti tren industri, perkembangan *Influencer/media* sosial terbaru, dan *relevant campaign*.
- **Relationships Management (RM) Team** : *Eksternal Facing*, yaitu Mengelola semua komunikasi dan berkoordinasi secara langsung dengan *Influencer/Affiliate*. Seperti menyampaikan *pitch deck* yang sudah dibuat oleh *project team* kepada para *Influencer* dan KOLs. Selain itu, *RM Team* bertugas dalam mengelola Whatsapp Grup yang berisi para *Influencer* dan KOLs Shopee Affiliate Program.

### 2.3 Kegiatan Umum PT. Shopee International Indonesia

Selain adanya kegiatan untuk pengembangan SDM atau *Shopee Team*, Shopee Indonesia hadir dengan berbagai kegiatan yang dapat diikuti oleh masyarakat khususnya Mahasiswa yang ingin mengenal lebih dalam tentang Shopee Indonesia. Shopee Indonesia memiliki tujuan yaitu salah satunya Konektivitas, dimana Shopee Indonesia ingin memiliki adanya pola jaringan spasial yang luas sejalan dengan tema konektivitas karena Shopee ingin menghubungkan jutaan pembeli dan penjual di seluruh platformnya. Berbagai kegiatan umum yang diselenggarakan oleh Shopee Indonesia yaitu kunjungan kerja atau *company visit*, untuk merasakan langsung #LifeAtShopee. Serta dapat mempelajari mengenai *platform e-commerce* dari para Shopee Team.

Mahasiswa juga dapat melihat fasilitas dan lingkungan kantor yang nyaman di Shopee Indonesia. Selanjutnya Pameran Kerja atau *Job Fair*, Mahasiswa atau pengunjung dapat berbincang dengan rekruter Shopee Indonesia dan dapat mengetahui lebih lanjut mengenai lowongan pekerjaan yang ada. *Campus Sharing Session*, yaitu kegiatan dimana mahasiswa dapat mendengarkan perjalanan alumni kampus mereka saat bekerja di Shopee. Selain itu, Shopee Indonesia selalu hadir dengan menyelenggarakan webinar yang dapat diikuti oleh masyarakat khususnya pelajar Indonesia seperti webinar "*Insight on Life at Shopee Indonesia*" yang bekerja sama dengan PPI Prancis. Shopee dengan senang hati menyelenggarakan webinar untuk berbagi pengalaman dan cerita tentang bagaimana Shopee Indonesia menjalani #LifeatShopee. Webinar ini sendiri sudah terselenggara pada 25 Juni 2021. Selain mengadakan webinar sendiri, Shopee Indonesia sering ikut dalam acara yang diselenggarakan oleh pihak eksternal. Seperti *Career Night "Kartala"* yang diselenggarakan oleh PPIA UNSW (Shopee Karir, 2021).