BAB IV

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Profil *Marketplace Shopee*

Shopee adalah perusahaan *e-commerce* yang mengkhususkan diri dalam platform dan aplikasi belanja online Shopee menawarkan berbagai macam produk, termasuk pakaian wanita, pakaian pria, barang elektronik, peralatan rumah tangga, kebutuhan olahraga, dan lain-lain. Tujuan utama Shopee adalah untuk mendukung pertumbuhan e-commerce di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada awal tahun 2016 dan memiliki kantor pusat di Jakarta. Shopee merupakan bagian dari SEA Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena), sebuah perusahaan internet terkemuka di Asia Tenggara. Fokus utama Shopee adalah pada bisnis pasar daring C2C (*consumer-to-consumer*) melalui *platform mobile*. Perusahaan ini resmi diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan kemudian merambah ke negara-negara seperti Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand, Vietnam, dan Indonesia.

Shopee merupakan platform e-commerce yang dominan di Asia Tenggara, memungkinkan penjual untuk dengan mudah membuka toko online dan menjangkau jutaan konsumen potensial di berbagai negara di wilayah tersebut. Dengan berbagai fitur seperti Shopee Mall untuk merek terkenal, Shopee Live untuk promosi langsung, dan layanan dompet digital ShopeePay, platform ini tidak hanya memfasilitasi transaksi yang aman dan cepat tetapi juga memberikan peluang pemasaran yang luas. Perlindungan konsumen yang kuat, alat analitik untuk pemantauan performa penjualan, serta dukungan pelanggan yang responsif, semuanya menyumbang pada popularitas Shopee sebagai pilihan utama bagi mereka yang ingin mengembangkan bisnis e-commerce mereka di Asia Tenggara.

Dengan misi untuk menjadi pemimpin dalam pasar C2C *Mobile Marketplace* di Asia Tenggara, Shopee dipimpin oleh CEO Chris Feng, seorang lulusan terbaik dari

Universitas Nasional Singapura. Shopee memungkinkan pengguna untuk bertransaksi jual-beli melalui aplikasi yang tersedia di platform iOS dan Android. Shopee Indonesia merupakan salah satu pusat belanja yang dikelola oleh SEA Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena). Konsep bisnis C2C (*customer to customer) mobile marketplace* yang digunakan oleh Shopee telah diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia. Shopee Indonesia resmi diperkenalkan di Indonesia pada Desember 2015 di bawah manajemen PT Shopee International Indonesia. Sejak diluncurkan, Shopee Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Pada Oktober 2017, aplikasi Shopee telah,diunduh oleh lebih dari 25,juta pengguna. Shopee menawarkan pengalaman berbelanja lengkap dengan fitur-fitur seperti *live chat*, yang mempermudah interaksi antara penjual dan pembeli dengan cepat dan efisien.

Gambar 4 1 Logo Shopee Indonesia

Sumber : Wikipedia

4.1.2 Strategi Perusahaan Secara Umum

Indonesia memiliki banyak sekali platrform belanja online yang dapat menjadi pesaing perusahaan. Namun disini shopee mengusung konsep dimana konsumen tidak hanya fokus terhadap jual beli saja, tetapi juga dapat berinteraksi secara langsung dengan sesama konsumen menggunakan fitur pesan instan yang disediakan oleh shopee. Shopee juga memiliki strategi lain dimana perusahaan memberikan berbagai penawaran produk dilengkapi dengan metode pembayaran yang aman serta menggunakan kode verifikasi.

Shopee juga memiliki layanan pengiriman yang terintergrasi dengan beberapa jasa pengiriman seperti JNE,J&T,Shopee exprees, dan lain lain serta fitur social yang inovatif seperti messenger yang ada pada aplikasi shopee yang menjadikan jual beli menjadi lebih mudah, aman dan praktis.

4.1.3 Produk Dan Layanan

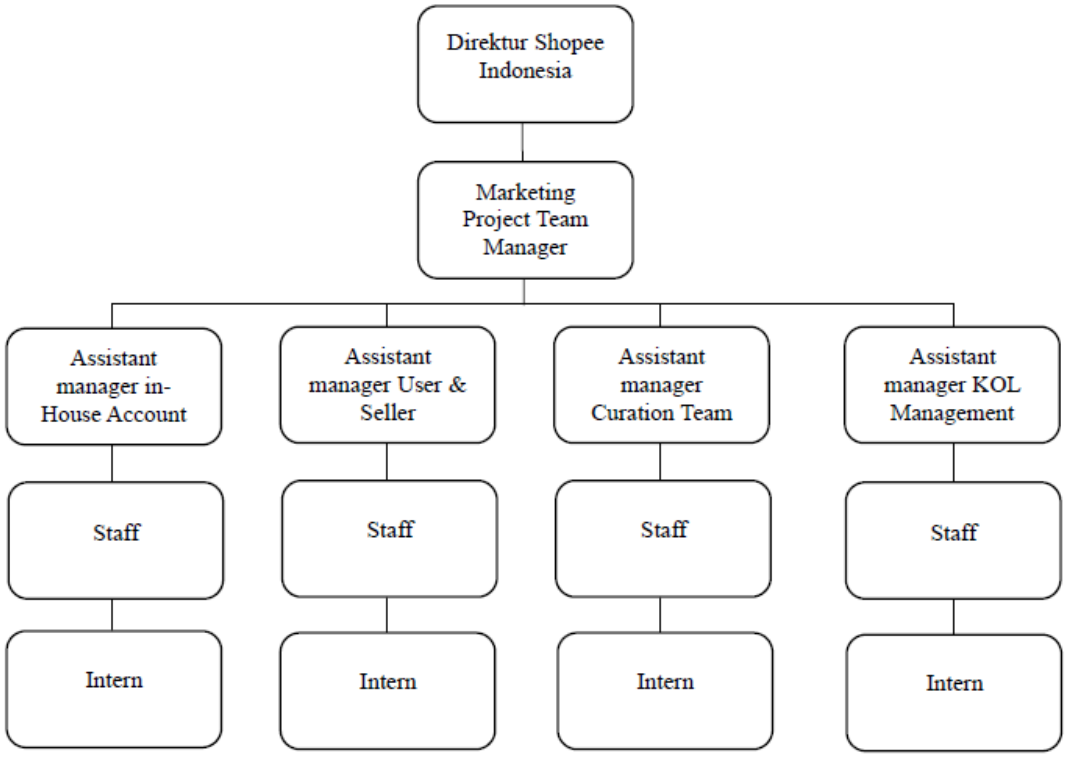
a. Produk yang ditawarkan oleh Shopee mencakup berbagai kebutuhan untuk pria dan wanita yang sesuai dengan gaya hidup di Indonesia. Salah satu hal yang menarik dari Shopee adalah bahwa barang-barang yang tersedia selalu mengikuti tren terkini, sehingga produk yang ditawarkan terus menyesuaikan dengan kebutuhan gayahhidup modern pria dan wanita. Shopee menawarkan beragam produk, termasuk pakaianm wanita, pakaian pria, barang elektronik, peralatan rumah tangga, dan kebutuhan olahraga.
b. Layanan yang diberikan oleh Shopee..memberikan pengalaman yang baik bagi penjual dan pelanggan. Shopee memudahkan para penjual untuk menawarkan produk mereka kepada konsumen dengan mudah, dengan kategori produk yang sederhana seperti pakaian wanita dan pakaian pria. Selain itu, Shopee juga menyediakan layanan pengiriman menggunakan JNE, sehingga pelanggan dapat melihat seluruh proses dari pembelian, pembayaran, hingga pengiriman barang. customer juga dapat berkomunkasi langsung..dengan penjual melalui fitur chat yang tersedia di situs web Shopee.

4.1.3 Struktur Organisasi Shopee

Manajemen organisasi yang efektif merupakan faktor kunci dalam mendukung suksesnya sebuah perusahaan, seperti halnya dalam struktur organisasi,perusahaan Shopee. Memiliki struktur organisasi yang terdefinisi dengan baik membantu dalam menjalankan operasional perusahaan dengan lebih lancar, dengan cara mendefinisikan peran dan tanggung jawab secara rinci.

Handhika Wiguna Jahja menjabat sebagai Direktur dan pemimpin Shopee Indonesia dalam struktur organisasi perusahaan Shopee di Indonesia. Berikut adalah gambaran mengenai struktur organisasi perusahaan Shopee Indonesia:

Gambar 4 2 Struktur Organisasi Shopee



Sumber : research gate

4.1.3 Visi & Misi Shopee

a. Visi Shopee

   Adapun visi dari shopee sendiri yaitu " Menjadi *mobile marketplace* nomor 1 di.indonesia".

b. Misi Shopee

Adapun misi dari shopee adalah " Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia".