

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **4.1 Profil PT Shopee Internasional Indonesia**

Shopee didirikan oleh Chris Feng pada Februari tahun 2015. Chris Feng adalah seorang pengusaha asal Singapura yang sebelumnya menjabat sebagai Head of Mobile Business Garena, sebuah perusahaan game online yang juga didirikan olehnya. Kantor pusat Shopee Indonesia terletak di Jl. Kebon Jati No. 23, RT. 3/RW. 1, Kelurahan Keramat Pela, Kecamatan Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12130. Kehadiran Shopee di Indonesia disambut dengan sangat baik oleh masyarakat, karena menawarkan pengalaman belanja online yang mudah, aman, dan terjangkau melalui aplikasi yang ramah pengguna. Sejak awal berdiri, Shopee telah berkomitmen untuk memfasilitasi interaksi langsung antara penjual dan pembeli dalam satu ekosistem digital yang efisien.

Kehadiran Shopee di Indonesia disambut dengan sangat baik oleh masyarakat, karena menawarkan pengalaman belanja online yang mudah, aman, dan terjangkau melalui aplikasi yang ramah pengguna. Sejak awal berdiri, Shopee telah berkomitmen untuk memfasilitasi interaksi langsung antara penjual dan pembeli dalam satu ekosistem digital yang efisien.

Logo resmi Shopee, yang menampilkan ikon tas belanja bergaya minimalis dengan huruf “S” di tengahnya simbol yang sangat dikenali sebagai identitas brand Shopee. Warna oranye cerah yang khas pada logo ini merepresentasikan semangat, kehangatan, dan kebahagiaan dalam pengalaman berbelanja secara online. Logo ini sering digunakan di aplikasi mobile, situs web, kampanye promosi, dan material branding untuk menjaga konsistensi visual Shopee di Indonesia dan kawasan Asia Tenggara.



**Gambar 4. 1 Logo Shopee**

Berikut adalah beberapa fitur yang telah dikembangkan Shopee sejak didirikan:

**a. Shopee Pay**

Shopee Pay adalah layanan pembayaran digital yang diluncurkan oleh Shopee pada tahun 2016. ShopeePay adalah dompet digital resmi dari Shopee yang memudahkan transaksi secara cepat, aman, dan praktis di dalam aplikasi Shopee maupun di merchant offline yang bekerja sama. Dengan ShopeePay, pengguna dapat membayar pesanan, menerima cashback, melakukan top-up, dan transfer antar pengguna.

**b. Shopee Mall**

Shopee Mall adalah platform yang diluncurkan oleh Shopee pada tahun 2017. Shopee Mall adalah bagian khusus di platform Shopee yang menampilkan brand-brand resmi dan terpercaya, baik lokal maupun internasional.

**c. Shopee Live**

Shopee Live adalah fitur *live streaming* yang diluncurkan oleh Shopee pada tahun 2018. Shopee Live adalah fitur live streaming dalam aplikasi yang memungkinkan penjual untuk menampilkan produk mereka secara langsung kepada calon pembeli. Dalam siaran ini, pembeli bisa menanyakan produk, melihat demonstrasi langsung, dan melakukan pembelian real-time. Shopee Live meningkatkan interaksi antara penjual dan pembeli, membangun kepercayaan.

**d. Shopee Food**

Shopee Food adalah fitur pesan antar makanan yang diluncurkan oleh Shopee pada tahun 2020. Melalui ShopeeFood, pengguna dapat memesan dari berbagai restoran dan warung dengan layanan cepat dan ongkir murah, bahkan gratis. ShopeeFood sering menawarkan promo besar seperti voucher diskon, cashback

ShopeePay, dan harga spesial. Fitur ini sangat bersaing dengan layanan serupa seperti GoFood dan GrabFood, dan terintegrasi langsung dengan sistem Shopee.

**e. Shopee Paylater**

ShopeePayLater (SPayLater) adalah fitur pembayaran dengan sistem “beli sekarang, bayar nanti” atau cicilan tanpa kartu kredit. Pengguna dapat mengajukan limit kredit yang disediakan oleh Shopee dan membayar transaksi secara angsuran, baik bulanan maupun penuh di bulan berikutnya.

**f. Penilaian atau Ulasan Produk**

Setiap produk yang dibeli dapat diberikan rating (bintang 1–5) dan ulasan berupa teks, foto, bahkan video. Fitur ini sangat penting karena membantu calon pembeli menilai kualitas produk berdasarkan pengalaman pembeli sebelumnya.

**g. Flash sale**

Shopee menghadirkan produk-produk dengan harga sangat murah dalam waktu terbatas melalui fitur Flash Sale. Biasanya ditampilkan dalam jam-jam tertentu setiap harinya, fitur ini dirancang untuk menarik minat beli secara cepat dan meningkatkan pembelian impulsif.

**h. Voucher dan Koin shopee**

Shopee menyediakan berbagai voucher, seperti diskon toko, cashback, dan potongan ongkir. Koin Shopee dapat dikumpulkan dari hasil belanja, check-in harian, atau event, dan bisa digunakan sebagai potongan harga pada transaksi berikutnya.

**i. Filter dan Kategori Produk**

Shopee menyediakan fitur pencarian yang lengkap dengan filter berdasarkan harga, lokasi, ulasan, dan kategori. Ini memudahkan pembeli menemukan produk sesuai preferensi mereka.

**j. Keranjang dan Wishlist**

Pengguna dapat menyimpan produk ke dalam keranjang untuk dibeli nanti atau ke wishlist untuk pemantauan harga.

**k. Lacak pengiriman**

Shopee menyediakan fitur pelacakan pengiriman secara real-time. Setelah penjual mengirimkan barang, pembeli dapat melihat status dan posisi barang hingga sampai ke tujuan.

## **4.2 Visi dan Misi Perusahaan**

### **a. Visi Perusahaan**

Meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang belum terlayani secara optimal melalui teknologi.

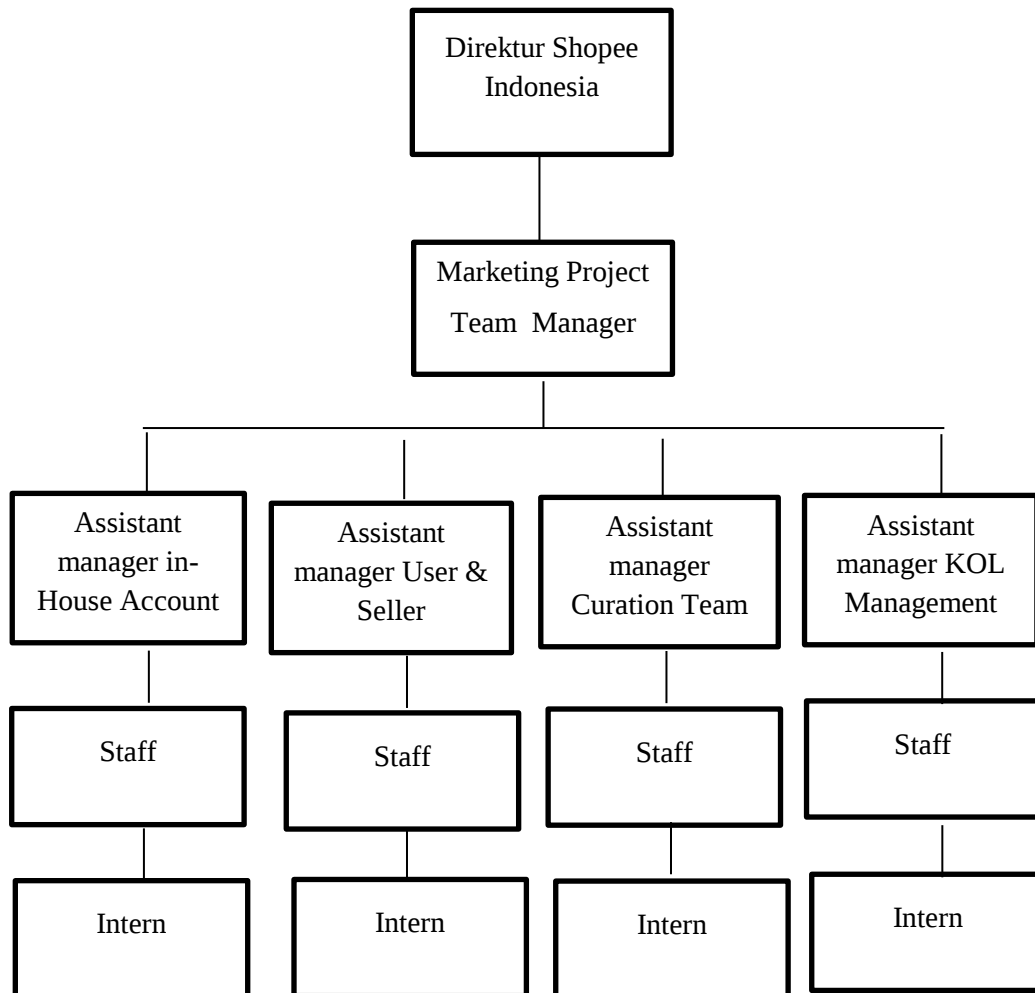
Visi ini menunjukkan bahwa Shopee tidak hanya fokus menjadi e-commerce terbesar, tetapi juga ingin memberikan dampak positif bagi masyarakat luas, termasuk pelaku UMKM, pembeli dari daerah terpencil, dan generasi muda digital.

### **b. Misi Perusahaan**

1. Memberikan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman dan menyenangkan bagi bagi seluruh masyarakat dengan harga terjangkau dan beragam produk.
2. Mendukung pertumbuhan UMKM lokal dengan menyediakan platform jualan digital, pelatihan, dan akses ke jutaan pembeli di seluruh Indonesia.

## **4.3 Struktur Organisasi Shopee**

Pada perusahaan, manajemen organisasi yang baik menjadi faktor yang bisa melandasi kesuksesan sebuah perusahaan seperti pada struktur organisasi perusahaan Shopee. Dalam struktur organisasi shopee, Handhika Wiguna Jahja memegang peran direktur dan naik menjadi pimpinan shopee Indonesia. Berikut struktur organisasi Perusahaan Shopee Indonesia:



**Gambar 4.2 Struktur Organisasi Shopee**

Shopee Indonesia dipimpin oleh Handhika Jahja sebagai Direktur Utama (Director/Managing Director). Dalam perannya, Handhika bertanggung jawab atas keseluruhan operasional, pengembangan strategi bisnis, dan pertumbuhan Shopee di pasar Indonesia. Sebagai pemimpin utama, ia menjadi penghubung antara manajemen pusat Shopee Global dan operasional lokal di Indonesia.

Shopee feed terdiri dari beberapa divisi, termasuk divisi pengguna dan penjual, divisi akun dalam rumah, divisi pengumpulan, dan divisi manajemen pemimpin pendapat kunci. Dengan lebih banyak interaksi dan keterlibatan pengguna menghabiskan waktu lebih lama dalam aplikasi yang nantinya berakhir dengan

pembelian dalam aplikasi. Tampilan Front End Shopee Feed, atau tampilan akhir yang dilihat ketika user membuka aplikasi Shopee, memiliki beberapa tab atau kategorisasi, yaitu Timeline, Explore, Fashion, Beauty, Gadget, New Normal, Voucher, Terbaru, dan Promo.

- **Divisi *curation***

Tim ini bertugas mengatur dan memilih produk atau kampanye unggulan yang ditampilkan di Shopee. Tugas spesifiknya yaitu menyusun strategi pemilihan produk populer dan berkinerja baik, mengatur tampilan katalog di halaman utama Shopee, berkolaborasi dengan seller untuk menampilkan produk terbaik pada event besar, dan mengoptimalkan konversi belanja dari konten yang dikurasi.

- **Divisi *Key Opinion Leader Management***

Menggunakan Key Opinion Leaders untuk menilai efektivitas promosi KOL berdasarkan data engagement dan konversi, dan membangun brand image Shopee melalui sosok publik yang dipercaya masyarakat.

- **Divisi *User and Seller***

Tim ini berfokus pada akuisisi dan retensi pengguna serta hubungan dengan penjual. Seperti meningkatkan jumlah pengguna aktif aplikasi Shopee.