

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

Gojek merupakan sebuah perusahaan yang menyediakan berbagai macam layanan *on demand* yang dapat diakses oleh masyarakat menggunakan aplikasi. Gojek berdiri pada 2010 dan mengawali bisnisnya sebagai layanan *call-center* untuk transportasi ojek. Pada dasarnya, Gojek menjadi pihak ketiga yang menghubungkan antara ojek dengan penumpangnya. Bisnis yang didirikan oleh Nadiem Makarim tersebut berkembang karena dianggap mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Pada 2015 terbentuklah aplikasi Gojek dengan tiga (3) layanan utama, yaitu GoRide, GoMart, dan GoSend. Aplikasi Gojek terus berkembang hingga menjadi *Super App* yang menyediakan dua puluh (20) jenis layanan berbeda dengan tujuan utama untuk memudahkan keberlangsungan hidup masyarakat. Kini, Gojek telah mengekspansi bisnisnya ke berbagai negara di Asia Tenggara serta membuka kantor cabang di India dan Singapura.

Gojek terus melakukan inovasi dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Salah satunya adalah layanan keuangan yang disediakan oleh Gojek guna membantu masyarakat dalam bertransaksi. Inovasi berbentuk uang elektronik ini dikenal masyarakat dengan sebutan GoPay. Pengguna dapat melakukan transaksi secara praktis untuk layanan yang ada dalam aplikasi Gojek itu sendiri, *mitramerchant* yang terdaftar, atau *platform* lain yang bekerja sama dengan Gojek. Seluruh layanan keuangan yang disediakan oleh Gojek menjadi satu kesatuan yang utuh dan dikelola oleh Gojek *Financial Services Platform*.

Gojek *Financial Services Platform* merupakan suatu bagian dari Gojek yang mengatur dan menyediakan seluruh layanan keuangan Gojek. Tidak hanya layanan untuk pengguna seperti GoPayLater, GoPulsa, GoBills, dan lain-lain, tetapi juga layanan untuk para *merchant* dan pebisnis seperti GoModal dan GoBiz. Perusahaan *start up* ini didirikan dengan lisensi *Peer-to-peer Lending* dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan tujuan untuk menjadi perantara dalam bentuk aplikasi digital yang praktis bagipada kreditur dengan

debitur. Gojek *Financial Services Platform* berada di bawah naungan perusahaan PT Mapan Global Reksa yang telah berganti nama menjadi PT Gofin Karya Anak Bangsa pada tahun 2020 silam. Sejak merger antara Gojek dan Tokopedia, Gojek *Financial Services Platform* juga dapat disebut sebagai GoToFinancial dan kini layanan yang diberikan oleh Gojek *Financial Services Platform* jugadapat digunakan pada aplikasi Tokopedia.

### **2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan**

#### **A. Visi Perusahaan**

Berdasarkan Dokumen Internal GoFin (2021), Gojek *Financial Services Platform* sebagai penyelenggara *Peer-to-peer* (P2P) *Lending* memiliki visi utama, yaitu untuk menciptakan kemandirian dalam hal keuangan dan mewujudkan inklusi keuangan melalui penyaluran dana pinjaman kepada masyarakat *unbanked* dan *underbanked*, melalui inovasi sistem digital, produk, dan jasa keuangan yang berkualitas.

#### **B. Misi Perusahaan**

Berdasarkan Dokumen Internal GoFin (2021) upaya yang dilakukan oleh Gojek *Financial Services Platform* dalam merealisasikan visi tersebut adalah:

1. Membuka akses dan kesempatan bagi masyarakat *unbanked* dan *underbanked* di seluruh Indonesia untuk mendapatkan layanan keuangan dalam rangka inklusi keuangan.
2. Menyediakan produk dan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemanfaatan masyarakat Indonesia.
3. Meningkatkan kesadaran dan literasi keuangan masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat *unbanked* dan *underbanked*, dan membangun profil guna meningkatkan keterampilan mereka dalam perencanaan dan pengelolaan keuangan rumah tangga maupun usahanya.
4. Mendorong inklusi keuangan melalui inovasi sistem digital yang amandan mudah

digunakan untuk mewujudkan ekonomi digital di Indonesia.

### 2.1.2 Logo Perusahaan

Berdasarkan situs resmi Gojek (2019), Gojek secara resmi mengumumkan logo baru yang diberi nama *Solv*. Logo baru Gojek ini dinilai mewakili tujuan perusahaan untuk terus melakukan inovasi baru dalam memecahkan masalah melalui teknologi. Selain itu, logo ini memiliki makna semangat dalam menawarkan kemudahan hidup bagi para pengguna, sebagai akses pendapatan tambahan yang lebih luas bagi para mitra, untuk peluang pertumbuhan bisnis yang pesat bagi para *merchant*, dan lain-lain. Logo *Solv* ini dilengkapi oleh slogan #PastiAdaJalan.



(Sumber dokumen perusahaan, 2021)

**Gambar 2.1** Logo Perusahaan

## 2.2 Nilai dan Budaya Perusahaan

Gojek Financial Services Platform merupakan bagian dari Gojek sehingga nilai-nilai dan budaya yang diterapkan pun sama. Dilansir dari situs resmi Gojek (2021), penjelasan dari nilai-nilai dan prinsip dalam bekerja yang diterapkan oleh Gojek adalah sebagai berikut:

1. ***Collaborate with compassion***

Memiliki semangat untuk saling tolong menolong, selalu terbuka dan senang untuk bekerja sama, dan selalu mempertimbangkan dampak dari tindakan terhadap orang lain.

2. ***Criticism is a gift***

Mampu menerima masukan dengan tulus, memberi masukan yang bermanfaat bagi teman kerja, dan proaktif dalam meminta masukan kepada siapa saja.

**3. *Be fast and fearless***

Memiliki jiwa berani untuk mengambil risiko dengan perhitungan matang, menghargai kegagalan sama dengan keberhasilan, dan mempunyai rasa inisiatif yang tinggi.

**4. *Stand up for what you believe in***

Mampu menyuarakan apa yang dipercayai dengan baik, berani dalam menyatakan pendapat yang berbeda, dan memahami kondisi sebelum menentukan mana yang benar atau salah.

**5. *Earn your title***

Mampu menerima arahan dan melakukan apa yang dikatakan, memahami dan menjalani semua tantangan, dan percaya kepada tim

**6. *Become a scientist***

Selalu berlandaskan pada data ketika bekerja, aktif belajar dan berbagi pengetahuan, dan temukan solusi di tempat yang tidak terduga.

**7. *Always be prepared***

Siap dalam mengerjakan semua tugas yang diberikan, mempunyai rencana untuk berbagai skenario, dan mengambil tindakan cepat untuk mengurangi risiko.

**8. *It's not about you***

Memiliki rasa empati ketika bekerja, fokus kepada kebutuhan pengguna, mengutamakan kepentingan bersama daripada kepentingan pribadi, dan mempunyai tujuan besar selain tujuan pribadi.

### **9. *Communicate with purpose***

Mampu mengkomunikasikan maksud dan tujuan pada setiap pertemuan, menyatukan tujuan dan pikiran sejak awal, dan fokus terhadap hal-hal yang dapat dikerjakan.

### **10. *Shoot for greatness***

Selalu berusaha semaksimal mungkin untuk melakukan yang terbaik, mempunyai gagasan yang besar, dan menyukai tantangan saat menyelesaikan masalah.

## **2.3 Tempat dan Kontak Perusahaan**

Alamat kantor Gojek Indonesia adalah Pasaraya Blok M Gedung B Lt. 5, Jl. Iskandarsyah II No. 7, RT.3/RW.1, Melawai, Kecamatan Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12160. Kontak dan media sosial Gojek Indonesia:

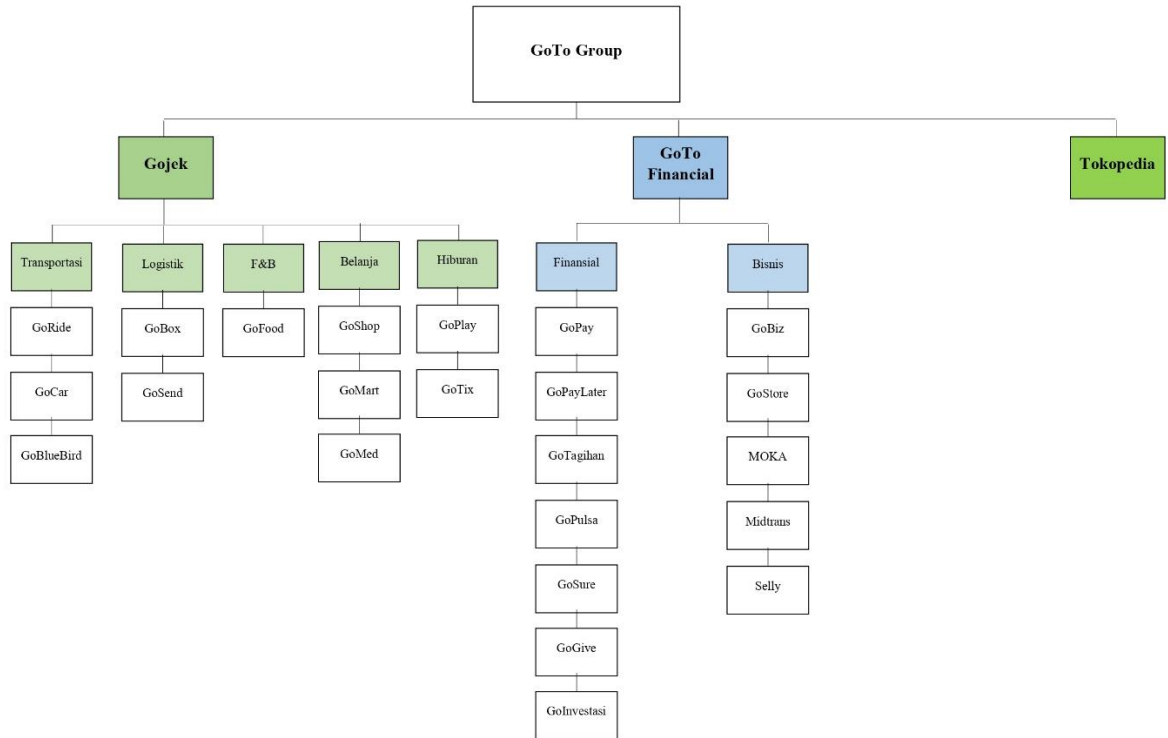
1. No. Telp : (021) 50849000
2. Situs : [www.gojek.com](http://www.gojek.com)
3. Instagram : @gojekindonesia
4. Twitter : @gojekindonesia
5. Facebook : Gojek Indonesia
6. YouTube : Gojek Indonesia
7. LinkedIn : Gojek
8. TikTok : Gojek Indonesia

## **2.4 Struktur Bisnis Perusahaan**

Pada Mei 2021 silam, platform layanan *on demand* serta finansial Gojek melakukan merger dengan perusahaan *e-commerce* Tokopedia membentuk suatu ekosistem bisnis baru dan unik bernama GoTo Group. Dengan *tagline* 'Go Far, Go Together' kedua perusahaan tersebut secara resmi menggabungkan berbagai macam layanan. Berikut adalah struktur bisnis

GoTo Group dilansir dari situs resmi GoTo Group (2021).

**Bagan 2.1** Struktur Bisnis GoTo Group



(Sumber GoTo Company, 2021)

Gojek menyediakan layanan transportasi, logistik, pesan makanan dan minuman, belanja, dan hiburan. Pada kategori transportasi, Gojek menyediakan produk berupa GoRide, GoCar, dan GoBlueBird. Pada kategori logistik, Gojek menyediakan produk berupa GoSend dan GoBox. Pada kategori pesan makanan dan minuman serta belanja, Gojek menyediakan produk berupa GoFood, GoMed, GoMart, dan GoShop. Selanjutnya pada kategori hiburan, Gojek menghadirkan produk berupa GoTix dan GoPlay.

Gojek juga menyediakan beberapa layanan keuangan yang tergabung dalam satu perusahaan bernama GoTo Financial. Produk utama dari GoTo Financial adalah GoPay yang menawarkan berbagai macam produk finansial, seperti GoPayLater, GoPulsa, GoTagihan, GoSure, GoGive, GoInvestasi, dan GoCorp. Selain itu, terdapat beberapa layanan bisnis juga yang masih berada dalam lingkup GoTo Financial, seperti MOKA,

Midtrans, GoBiz, GoStore, dan Selly.

Tokopedia menyediakan layanan *e-commerce* dimana penggunanya dapat membeli seluruh kebutuhan dan keinginan mereka kapan saja dan dimana saja. Pada merger ini, layanan yang terdapat pada Gojek, baik dari kategori logistik maupun finansial, dapat digunakan pada Tokopedia.

Kontribusi GoPayLater bagi bisnis GoTo Group adalah sebagai salah satu sarana pembayaran yang dapat digunakan oleh pengguna ketika bertransaksi. GoPayLater memberikan sejumlah saldo kepada pengguna yang dapat digunakan untuk bertransaksi. Lalu, pengguna wajib melunasi total transaksi sebelum awal bulan berikutnya. Fitur GoPayLater juga berkontribusi terhadap peningkatan jumlah transaksi untuk fitur Gojek lainnya.

## **2.5 Ruang Lingkup Kerja *Product Marketing* GoPayLater**

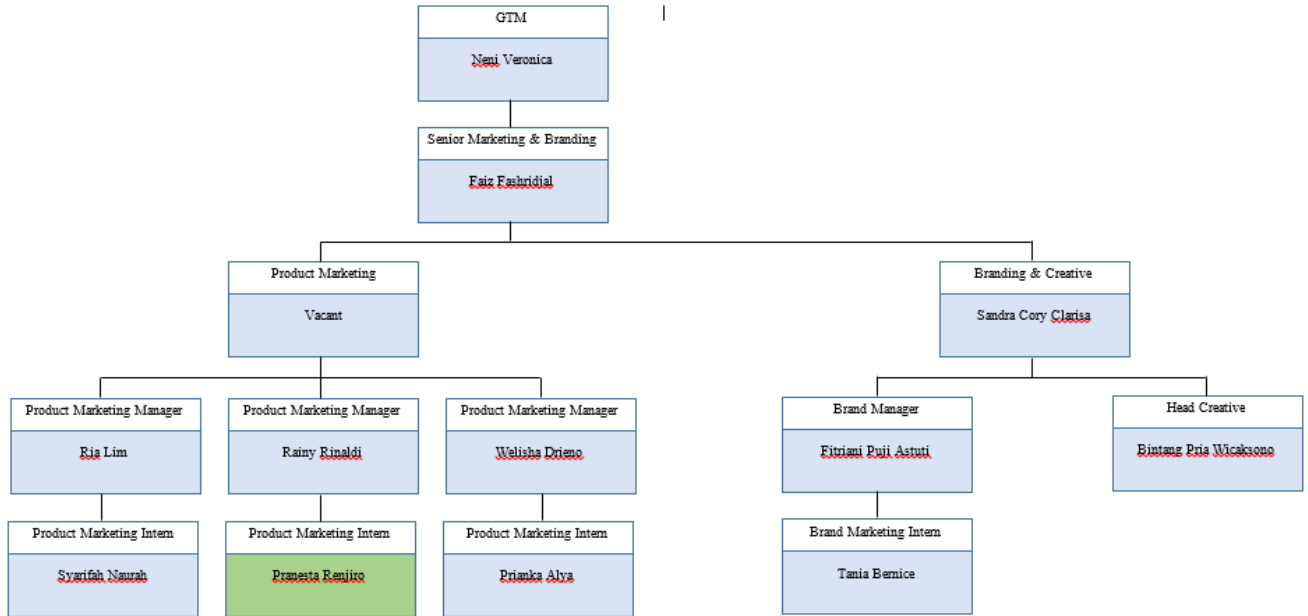
Pada Gojek *Financial Services Platform*, divisi *Product Marketing* memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menyusun dan merancang segala macam aktivitas pemasaran dengan tujuan untuk meningkatkan visibilitas produk, menarik pengguna baru, dan mempertahankan pengguna lama. Mayoritas jenis dari aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh GoPayLater adalah pemasaran digital yang memanfaatkan penggunaan aplikasi Gojek dan media sosial. Pelaksanaan *campaign* GoPayLater dalam aplikasi Gojek dilakukan dalam bentuk *push notification*, *inbox*, dan *shuffle*. GoPayLater juga memanfaatkan *email marketing* dalam bentuk pengiriman *newsletter*. Tidak hanya itu, GoPayLater juga mengoptimalkan pemanfaatan media sosial, seperti iklan di media sosial.

*Product Marketing Intern* bertugas untuk membantu perencanaan dan pelaksanaan kegiatan pemasaran yang ingin dilakukan. Selain itu, *Product Marketing Intern* juga bertugas untuk mengawasi pelaksanaan *campaign* dan melakukan penarikan data sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan untuk pelaksanaan kegiatan pemasaran kedepannya.

Tim *Creative* bertanggung jawab untuk menyediakan *key visual* (KV) dan *copywriting* yang dibutuhkan oleh divisi *Product Marketing* dan *Branding* terkait *campaign* yang ingin dijalankan. Sedangkan tim *Growth* bertanggung jawab untuk memberikan *database* terkait

pengguna atau calon pengguna GoPayLater pada aplikasi Gojek, menyiapkan segmentasi, mengaktifkan misi, dan membantu merencanakan *campaign* eksperimen.

**Bagan 2.2** Struktur Organisasi Divisi *Marketing* GoPayLater



(Sumber dokumen perusahaan, 2021)

