



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Perusahaan

PT Klik Teknologi Indonesia (Klikdaily) didirikan oleh Amos Gunawan dan Indra Dhanurendra, seorang pebisnis muda Indonesia yang memiliki pengalaman di bidang terkait dan memiliki tujuan untuk berkontribusi dalam menjadikan Indonesia lebih baik. Klikdaily adalah perusahaan yang berfokus pada produk sehari-hari atau yang lebih dikenal dengan istilah FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*) seperti air mineral, beras, tisu, kopi, gula, bumbu dapur, tabung gas, serta kebutuhan rumah tangga lainnya. Klikdaily hadir dengan memberikan pelayanan berbasis aplikasi *mobile* untuk membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari pengguna dengan cara yang lebih mudah, praktis, dan nyaman guna meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup para penggunanya. Pada November 2015, Klikdaily meluncurkan versi beta aplikasi pertamanya dengan menjangkau daerah Tangerang. Aplikasi Klikdaily dapat diunduh melalui *Playstore* untuk para pengguna Android dan *IOS*.

Pada perjalanannya, Klikdaily berfokus pada dua lini bisnis yang berbeda, yaitu B2B (*Business to Business*) dan B2C (*Business to Consumer*) karena memang kedua lini bisnis tersebut memiliki target konsumen yang berbeda. B2B ditujukan untuk para pemilik warung tradisional yang ingin memenuhi stok produk-produk di warung dengan harga yang terjangkau. Sedangkan, untuk B2C ditujukan bagi konsumen atau masyarakat biasa yang memiliki kesibukkan atau belum memiliki waktu untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari sehingga melalui aplikasi Klikdaily, produk-produk yang dibutuhkan dapat segera diantar ke alamat konsumen. Klikdaily selalu menghadirkan produk-produk berkualitas dan senantiasa terus meningkatkan varian produknya.

Pada 2019, Klikdaily mengubah fokus utama bisnisnya menjadi hanya pada lini B2B (*Business to Business*). Hal ini dikarenakan semakin banyaknya warung tradisional yang ada di Indonesia sehingga Klikdaily ingin berperan dalam menjadikan warung tradisional semakin baik khususnya dalam mendapatkan kemudahan dalam akses produk. Kini Klikdaily telah memiliki ribuan mitra yang tersebar di daerah Jabodetabek, Karawang, dan Serang. Bahkan ke depannya, Klikdaily akan menjangkau kota-kota lainnya di seluruh Indonesia seperti Bandung dan Yogyakarta.

Dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya, Klikdaily telah bekerja sama dengan berbagai pihak khususnya para prinsipal besar yang ada di Indonesia seperti Indofood, Nestle, Mayora, dan lain-lain. Selain itu, untuk mempermudah sistem transaksi, Klikdaily juga telah bekerja sama dengan GoPay dan Dana.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Klikdaily memiliki visi untuk menjadi perusahaan teknologi terbesar dan terpercaya di bidang penyediaan kebutuhan rumah tangga bagi keluarga di Indonesia bahkan dunia.

Klikdaily juga memiliki misi untuk secara konsisten memberikan kemudahan dan menjadi solusi bagi para pengguna (*end users*) disertai dengan layanan kelas dunia yang secara konsisten berinovasi, menggunakan teknologi untuk memaksimalkan dan mensejahterahkan kegiatan berbisnis toko-toko kecil, serta memperbaiki jalur distribusi FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*) di Indonesia.

2.1.3 Nilai-Nilai Perusahaan

Klikdaily memiliki nilai-nilai perusahaan yang menjadi pedoman bagi kehidupan perusahaan, yaitu:

1. ***Creative***

Selalu bekerja dengan cara-cara yang kreatif.

2. *Heart*

Selalu bekerja dengan hati untuk kepentingan bersama dan bertujuan membangun bangsa.

3. *Remain Zero*

Tidak ada egoisme, semua memiliki peran yang sama, dan semua orang berhak memberikan masukan yang membangun kepentingan perusahaan.

4. *Innovative*

Selalu berkomitmen untuk terus memberikan inovasi bagi perusahaan.

5. *Simplify*

Selalu berkomitmen untuk memberikan kemudahan melalui teknologi untuk kepentingan hidup orang banyak.

6. *Trusted*

Selalu menjaga kepercayaan para *stakeholder* dan *shareholder*.

2.1.4 Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Perusahaan



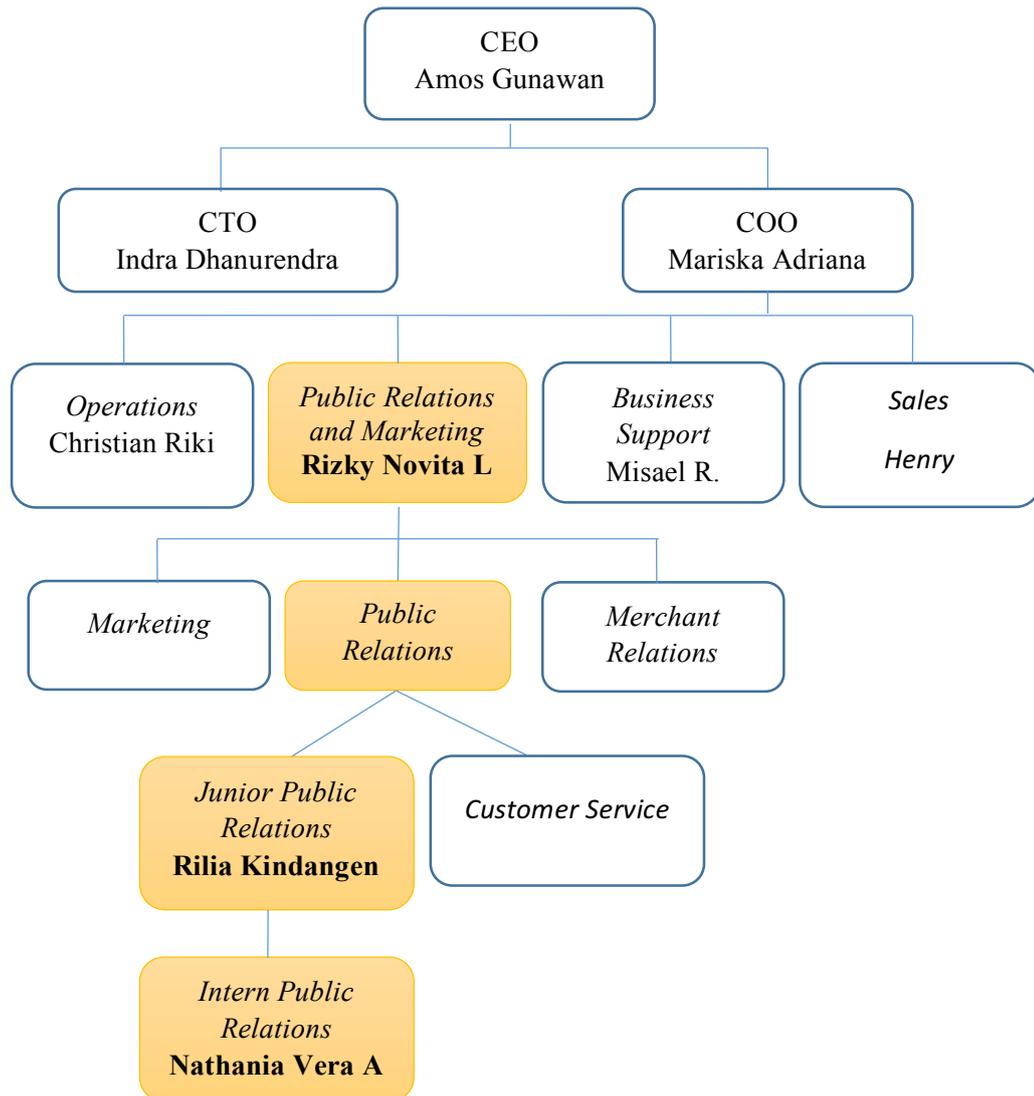
Sumber : *Klikdaily Company Guideline*

Warna hijau yang terdapat pada logo perusahaan bermakna suatu pembaharuan, mandiri, dan dapat diandalkan. Warna *orange* mengandung makna hangat dan ramah yang menjangkau semua kalangan masyarakat. Sedangkan penggunaan font Gotham Rounded dipilih agar memiliki kesan yang *modern* dan

friendly. Bentuk stilasi siluet dari buah apel sendiri mewakili sebagai penanda awal mula dari suatu ciptaan baru yang mampu mengubah dunia.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Klik Teknologi Indonesia (Kikdaily)



Sumber : *Head of Public Relations and Marketing*

Saat melakukan praktik kerja magang di PT Klik Teknologi Indonesia (Klikdaily), penulis berada dalam naungan divisi *public relations and marketing* yang dipimpin langsung oleh Rizky Novita Lestari selaku *Head of Public Relations and Marketing*. Berikut beberapa peran divisi terkait ruang lingkup kerja penulis.

a. *Marketing*

Melakukan riset untuk mengetahui keadaan pasar atau target market dari PT Klik Teknologi Indonesia (Klikdaily). Selain itu, divisi *marketing* juga merancang program dan melakukan pengimplementasian kegiatan yang dapat menunjang aktivitas *marketing* perusahaan.

b. *Public Relations*

Dalam divisi *public relations* di PT Klik Teknologi Indonesia, terdapat perbedaan tugas yang dijalankan oleh Rizky Novita Lestari selaku *Head of Public Relations and Marketing*, Rilia Kindangen selaku *Junior Public Relations*, dan penulis selaku *Intern Public Relations*.

Head of Public Relations bertanggung jawab dalam membangun dan menjaga hubungan dengan *stakeholder* termasuk media, mitra, dan investor, menyusun strategi yang berhubungan dengan perusahaan dan *merchant*, membuat *press release*, serta menjadi jembatan dalam komunikasi internal perusahaan. Sedangkan untuk *Junior Public Relations* memiliki tanggung jawab yang berbeda, yaitu membuat konten untuk media sosial Klikdaily, *monitoring* media sosial, membuat *press release*, menyusun acara internal perusahaan, dan membangun hubungan yang baik dengan media.

Dalam menjalankan praktik kerja magang di PT Klik Teknologi Indonesia (Klikdaily), penulis lebih banyak mendapatkan tugas seperti yang dilakukan oleh Rilia Kindangen, yaitu membangun dan membina komunikasi dan relasi dengan media, merancang konten dalam lini komunikasi perusahaan yang termasuk di dalamnya seperti *website* dan media sosial perusahaan. Selain itu, penulis juga membantu dalam membuat *press release* yang akan diberikan kepada media untuk dipublikasikan serta melakukan *media monitoring*. Meskipun terdapat beberapa perbedaan tanggung jawab tetapi seluruh

hasil pekerjaan yang berkaitan dengan *public relations* harus terlebih dahulu diserahkan kepada *Head of Public Relations and Marketing*.

c. *Merchant Relations*

Menjalinkan komunikasi dan relasi dengan *merchant* yang telah bergabung menjadi Mitra Klikdaily. Memberikan edukasi dan informasi tentang penggunaan aplikasi Klikdaily. Selain itu, divisi *merchant relations* juga membina hubungan yang rutin dan menampung saran yang diberikan oleh konsumen agar dapat segera dievaluasi dan diperbaiki.