

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Identitas Perusahaan

Nama Perusahaan	: OVO – PT Visionet Internasional
Alamat	: Jl. H. R. Rasuna Said Kav.B-12 Jakarta Selatan
Telepon	: 021 - 1500696
Jenis Bisnis	: <i>Fintech</i>
Laman <i>Website</i>	: ovo.id

Gambar 2.1 Logo OVO



Sumber: ovo.id

2.1.2 Profil Singkat Perusahaan

OVO adalah platform sistem pembayaran digital, *rewards* dan layanan keuangan terkemuka di Indonesia yang berbentuk aplikasi. Saat ini, OVO hadir dalam 115 juta perangkat dan dapat digunakan untuk mengakses pembayaran, transfer, *top-up*, penarikan, pinjaman, serta manajemen aset dan investasi. OVO diterima di lebih dari 300 kota di Indonesia dan berkomitmen untuk membangun perusahaan pembayaran dan teknologi keuangan terbesar di Indonesia.

Dikelola oleh PT Visionet Internasional, OVO berdiri sejak Agustus 2017. Pada awalnya OVO merupakan platform *loyalty rewards* yang mengelola *point* hasil berbelanja di pusat perbelanjaan milik Lippo Group seperti Matahari Department Store, Hypermart, dan Lippo Mall. OVO kemudian berkembang menjadi dompet digital dan mendapatkan lisensi dari Bank Indonesia pada tahun 2017 silam.

Pada tahun 2018, OVO menggandeng Grab, *startup ride-hailing*, perusahaan O2O (*Online-to-Offline*) terkemuka di Asia Tenggara sebagai pengganti GrabPay, OVO menjadi dompet digital satu-satunya yang bisa digunakan untuk pembayaran transaksi dalam platform Grab di Indonesia.

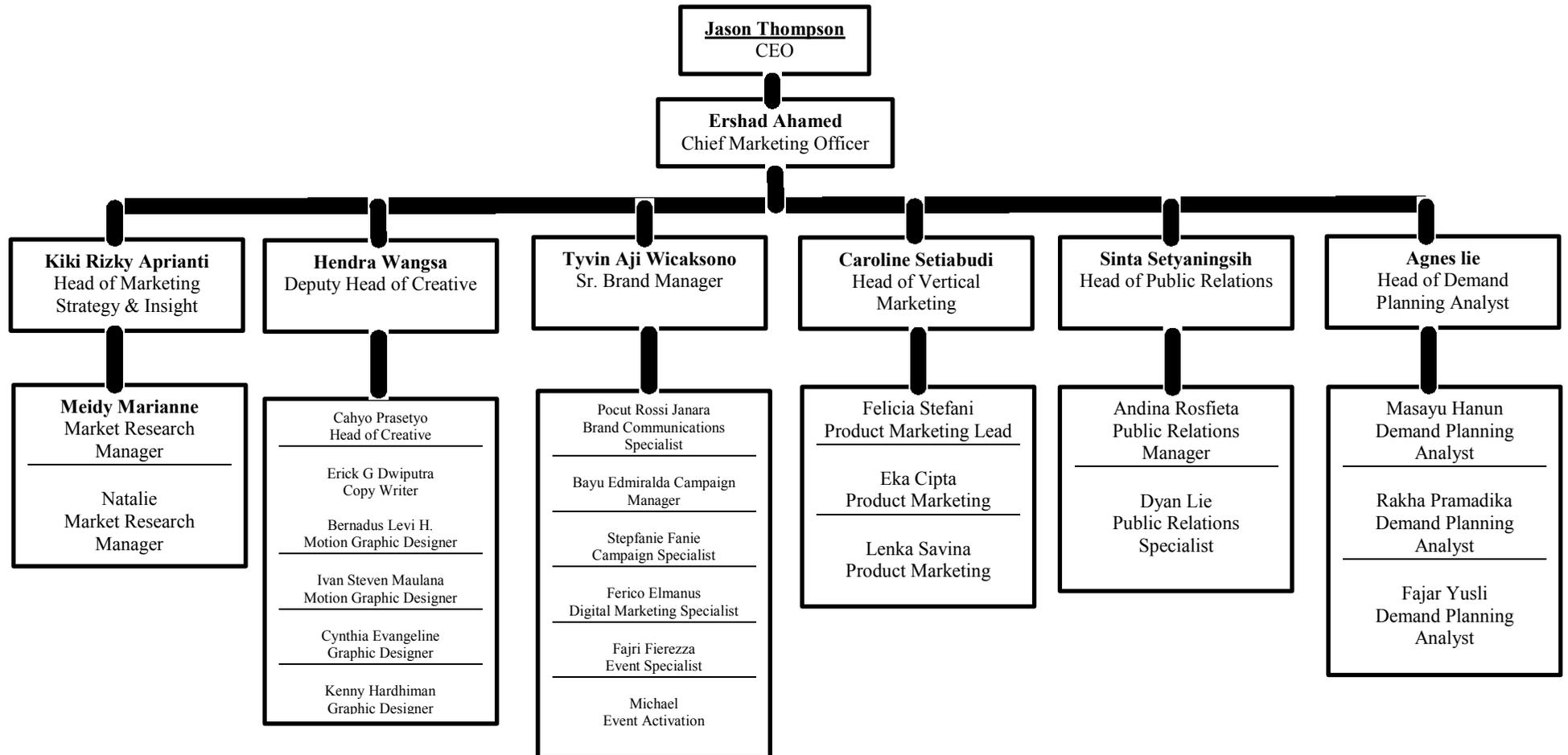
Strategi lainnya dengan bekerja sama dengan Tokopedia untuk menjadi dompet digital resmi di raksasa *e-commerce* Indonesia menggantikan Tokocash, dompet digital milik Tokopedia yang ditutup.

2.1.3 Fitur/Layanan Umum OVO

Secara umum, OVO memiliki dua pilihan pembayaran / transaksi yaitu OVO Cash dan OVO point. OVO Cash dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan OVO, sedangkan OVO Points adalah *loyalty rewards* bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan OVO Cash di *merchant-merchant* rekanan OVO. Untuk OVO Points sendiri kegunaannya sama dengan OVO Cash, point yang telah terkumpul dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik hingga ditukarkan dengan transaksi di *merchant* rekanan OVO, Tokopedia, dan Grab. Karena 1 OVO Points sama dengan 1 Rupiah.

Selain memudahkan pembayaran, OVO juga memberikan kebebasan penggunaannya untuk mentransfer OVO Cash ke bank di seluruh Indonesia. Pengguna OVO dapat melakukan transfer dengan gratis biaya administrasi per 10x setiap bulannya, selebihnya akan dikenakan biaya administrasi sebesar Rp 3000. Lalu, OVO juga mempunyai fitur “Split” di mana pengguna bisa melakukan transaksi dengan menggabungkan OVO Cash dengan OVO Points.

2.1.4 Struktur Organisasi OVO



Berikut penjelasan lebih lanjut dari struktur organisasi OVO beserta peran yang dijalankan sebagai berikut:

a. *Chief Marketing Officer*

- Memimpin dan menjalankan *brand management, marketing communication, public relation, market research, distribution channel management, hingga pricing.*

b. *Marketing Research*

- Melakukan kegiatan survei pasar
- Mencari *insight* yang digunakan oleh perusahaan sebagai data untuk meluncurkan produk baru maupun membuat perencanaan pemasaran.

c. *Creative*

- Menyediakan konten visual yang digunakan dalam pemasaran OVO.
- Selain visual, penulisan (*copywriting*) juga dikerjakan oleh divisi ini.

d. *Vertical Marketing*

- Menangani rekanan bisnis OVO yang secara volume penjualan terhitung besar. Serupa dengan proses *B2B (Business to business)*.

e. *Public Relations*

- Bertanggung jawab dalam mengurus terjalinnya kerja sama OVO dengan para *stake holders*.
- Membuat *press release*, dan menjalankan *media relations*.

f. *Demand Planning Analyst*

- Membuat perencanaan dan analisa bisnis berdasarkan data yang mereka miliki untuk menciptakan strategi pemasaran yang baru bagi OVO.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

2.2.1 Deskripsi Lingkup Kerja

Lingkup pekerjaan yang dilakukan oleh divisi *Brand Communication* dalam lingkup *campaign branding* adalah membuat *brief* ke tim *Creative* untuk membuat KV dari *Walk-In campaign* partner bisnis OVO. Dalam hal ini kordinasi juga perlu dilakukan dengan tim *sales*. Setelah konten visual dan *copy* selesai, proses berjalannya *campaign* perlu diawasi selama periode berlangsung, mulai dari *deals* di Aplikasi OVO, hingga *sounding* di media sosial.

Dalam memenuhi kebutuhan *campaign*, selain dengan tim internal kordinasi juga harus dilakukan dengan tim *creative* yang akan menyediakan konten baik itu secara visual maupun penulisan (*copy writing*), *social media*, *digital marketing*, dan juga tim lain yang bahkan diluar *marketing*, seperti *Big Data* dan tim produk.

Selain itu untuk hari-hari besar tiap kuartal dalam satu tahun OVO selalu membuat kampanye besar. Salah satu contohnya adalah *National Heroes Day* dalam memperingati Hari Pahlawan. *OVO Anniversay*, dalam memperingati ulang tahun OVO. Serta yang tidak kalah penting adalah program donasi “*Patungan Untuk Berbagi*” yang berkolaborasi dengan Grab dan Tokopedia. Dalam hal ini, *Brand Communication* sebagai divisi yang terkait menjalankan rangkaian proses mulai dari perencanaan hingga produksi. Tujuannya adalah membangun *brand image* yang baik di mata masyarakat.

2.2.2 Alokasi dan Pembagian Tugas Karyawan

Tabel 2.1 Tabel Detail Divisi *Brand Communication*

Sr. Brand Manager: Aji Wicaksono

Pocut Rossi Janara Brand Communications Specialist
Bayu Edmiralda Campaign Manager
Stephanie Fanie Campaign Specialist
Ferico Elmanus Digital Marketing Specialist
Fajri Fierezza Event Specialist
Michael Event Activation

Sumber: Dokumen Pribadi

Divisi Brand Communication ini dipimpin oleh Brand Manager yaitu Aji Wicaksono. Tugas dari Brand Manager adalah memberi arahan kepada tim *Brand Communication* mengenai hal yang akan dikerjakan untuk kebutuhan *campaign* OVO. Kemudian Pocut Rossi sebagai Brand Communication Specialist, beliau yang menjadi mentor dan supervisi selama pelaksanaan kerja magang ini, tugasnya adalah memimpin produksi dan mengatur saluran media dalam kebutuhan *campaign*. Kemudian Bayu Edmiralda sebagai Campaign Manager akan mengepalai segala bentuk *campaign* yang akan dibuat oleh OVO. Stepfani Fanie sebagai Campaign Specialist lebih fokus untuk bagian *online deals*. Ferico Elmaus sebagai Digital Marketing Specialist menangani Facebook Ads, Youtube Ads, Google Adwords dll, Fajri Fierzza dan Michael melaksanakan *campaign* melalui saluran BTL yaitu *event* dan *brand activation* supaya meningkatkan *awareness* OVO, menjalin relasi dengan partner dan pengguna setia OVO.