

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

##### 2.1.1 Gambaran Umum Flick

Flick merupakan *startup* berbasis teknologi yang berfokus di bidang ekosistem finansial digital. Sejak didirikannya pada tahun 2019, Flick sempat mengalami kendala hingga melakukan perubahan model bisnis. Awalnya, Flick bernama “Cash It” yang memiliki fungsi agar masyarakat dapat melakukan penarikan uang *cash* di manapun, khususnya pada mitra yang bekerjasama dengan Cash It. Namun, pandemi covid-19 membuat model bisnis seperti itu tidak lagi relevan terhadap perilaku masyarakat mengingat pandemi yang memaksakan kita untuk mengurangi kontak fisik, termasuk dalam melakukan pembayaran digital.

Mengetahui Cash It yang tidak dapat bertahan dalam jangka panjang, hadirlah Flick dengan model bisnis yang relevan dengan keadaan pandemi ini. Flick memiliki beberapa layanan, yaitu: FlickShop, FlickSilvi, FlickPay dan FlickBill. Namun, untuk saat ini Flick sedang berfokus untuk mengembangkan salah satu layanannya saja, FlickSilvi. FlickSilvi merupakan usaha dua sektor, yaitu B2B dan B2C. Untuk B2B, FlickSilvi merupakan pengelola transaksi pintar yang terintegrasi untuk pemesanan dan juga penjualan. Sasaran konsumennya merupakan pebisnis kuliner UMKM. Hal yang paling unggul atau *value proposition* dari FlickSilvi adalah fitur pemesanan tanpa kontak fisik yang disebut *contactless dining*, inilah yang termasuk sektor B2C. Konsumen hanya perlu melakukan scan QR code untuk melihat menu dan melakukan pemesanan. Balik lagi ke

sektor B2B, FlickSilvi juga merupakan POS (Point of Sale) kasir, atau kasir digital yang menyediakan laporan penjualan harian, mingguan bahkan bulanan. Data transaksi dari POS tersebut dimanfaatkan untuk menyediakan fitur *AI Digital Analytics* kepada penggunanya. Melalui Fitur *AI Digital Analytics*, pengguna dapat mengetahui data-data konsumen seperti: usia, makanan yang sering dipesan, lama pengunjung tinggal dan lainnya.

### 2.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 2.1  
Logo Flick

Filosofi logo Flick dibaca mulai dari simbol yang paling bawah dengan penjelasan berikut ini:

1. Lingkaran biru

Lingkaran mengartikan suatu tindakan kecil. Dan warna biru sendiri melambangkan kepercayaan karena Flick merupakan bisnis berbasis finansial(keuangan) yang di digitalisasi.

2. Garis merah

Garis di atas simbol lingkaran mengartikan proses tindakan kecil yang mulai memberikan hasil positif. Dan warna merah kemudaan melambangkan gaya hidup masyarakat dengan harapan Flick dapat

mengubah gaya hidup masyarakat dalam kegiatan transaksi melalui inovasi teknologi finansial digital.

### 3. Centang kuning

Centang di atas simbol lingkaran dan garis mengartikan bahwa tindakan kecil yang diambil dapat membuahkan hasil yang positif. Warna kuning melambangkan bahwa Flick kreatif dalam menciptakan produk untuk menyelesaikan masalah masyarakat.

Secara garis besar, logo Flick memiliki pesan bahwa tindakan kecil dapat memberikan pengaruh yang signifikan untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan. Selain itu, logo Flick juga terinspirasi dari nama Flick itu sendiri karena jika logo tersebut dimiringkan ke kanan, maka akan membentuk huruf F.

Sedangkan untuk layanan yang dikerjakan oleh penulis, yaitu FlickSilvi memiliki logo yang berbeda seperti berikut:



Gambar 2.2  
Logo FlickSilvi

Logo FlickSilvi melambangkan seorang wanita karena dianggap dapat lebih melambangkan intelektual dibanding laki-laki. Secara lebih spesifik, rambut pada logo tersebut melambangkan struk atau *bill* yang memiliki dua arti bahwa Silvi dapat digunakan untuk pencatatan penjualan pebisnis dan pembayaran konsumen.

## 2.2 Visi Misi Perusahaan

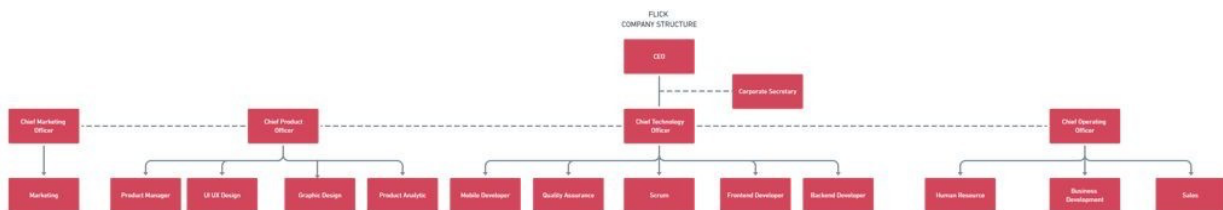
Visi : Menjadi aplikasi *lifestyle* yang memudahkan aktivitas pembayaran masyarakat.

Misi : Memanfaatkan teknologi finansial digital guna membantu masyarakat dalam kegiatan berbelanja, makan, dan bayar.

## 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Flick memiliki 42 karyawan dengan struktur organisasi sebagai berikut:

Tabel 2.1 Struktur Organisasi Flick



## 2.4 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis tergabung dalam divisi *marketing* yang terdiri dari *content marketing* (penulis), *social media specialist*, *community & partnership* dan *graphic design*. Tugas dari penulis sebagai *content marketing* adalah untuk membuat konten feeds & story di Instagram FlickSilvi, bukan Flick

secara keseluruhan. Sedikit berbeda dengan tugas *social media specialist* yang juga membalas komen serta *direct message* (DM) Instagram.

Dalam melaksanakan tugas yang diberikan, penulis mendapatkan arahan dan juga revisi dari *Marketing Lead*. Berikut merupakan struktur divisi *marketing* secara spesifik:

Tabel 2.2  
Struktur Divisi Marketing Flick

