

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

Didirikan pada November 2015, PT. Klik Teknologi Indonesia atau yang kerap disebut dengan Klikdaily mengusung ide layanan berbasis aplikasi *mobile*. Klikdaily berfokus kepada jalur *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari rumah tangga dengan cara yang lebih mudah dan nyaman.

Dalam hal ini, Amos Gunawan selaku CEO dan Indra Dhanurendra selaku CTO mengarahkan Klikdaily kepada model bisnis B2B (*Business to Business*) dan B2C (*Business to Consumer*). Model *business to business* ditunjukkan melalui layanan kepada toko-toko tradisional, yang dimana, Klikdaily sebagai penyedia produk-produk kebutuhan warung.

Di sisi lain, Klikdaily juga menghadirkan produk-produk yang berkualitas, melalui kerja sama dengan *partner-partner* yang berasal dari berbagai daerah. Kini, Klikdaily telah melayani lebih dari 12.000 warung yang tersebar di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bali, dan Padang. Klikdaily pun terus berinovasi melalui program-program mendatang yang melibatkan rantai *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 2.1.1 Filosofi Logo Klikdaily

Logo dari Klikdaily mengandung makna sebagai berikut.

Gambar 2.1 Logo Klikdaily



Sumber : Klikdaily

#### 1) Warna Hijau

Dalam hal ini, warna hijau diartikan sebagai suatu pembaruan, mandiri, dan dapat diandalkan.

#### 2) Warna Orange

Sedangkan warna orange mengandung arti yaitu hangat dan ramah yang menjangkau semua kalangan masyarakat.

#### 3) Font Gotham Rounded

Penggunaan *font* ini dimaksudkan untuk memiliki kesan yang *modern* dan *friendly*.

#### 4) Bentuk Siluet

Kemudian, bentuk siluet yang berada di sebelah kiri merupakan siluet dari buah apel, yang mewakili sebagai penanda awal mula dari suatu ciptaan baru yang mampu mengubah dunia.

### 2.1.2 Visi dan Misi Klikdaily

Visi dari Klikdaily adalah *Simplifying People's Life* yang mengandung makna yaitu menjadi perusahaan teknologi terbesar dan terpercaya di bidang penyediaan kebutuhan rumah tangga bagi keluarga di Indonesia bahkan dunia. Sedangkan, misi dari Klikdaily adalah sebagai berikut.

1. Secara konsisten memberikan kemudahan dan menjadi solusi bagi para pengguna (*end users*) disertai dengan layanan kelas dunia yang secara konsisten berinovasi
2. Menggunakan teknologi untuk memaksimalkan dan mensejahterakan kegiatan berbisnis toko-toko kecil.
3. Memperbaiki jalur distribusi FMCG

### 2.1.3 Nilai Perusahaan

Berdasar kepada visi dan misi di atas, Klikdaily mempunyai enam aspek yang menjadi nilai perusahaan, yang adalah sebagai berikut.

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 selalu memberikan inovasi.
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 Business Model Klikdaily**

Dengan mengusung konsep “*A Single App for Everyone*”, Klikdaily berusaha untuk menghubungkan konsumen, *principal*, dan *traditional merchant* (warung) melalui aplikasi Klikdaily. *Business model* ini menunjukkan bahwasannya Klikdaily tidak hanya bergerak pada bidang *business to business*, melainkan juga *business to consumer*.

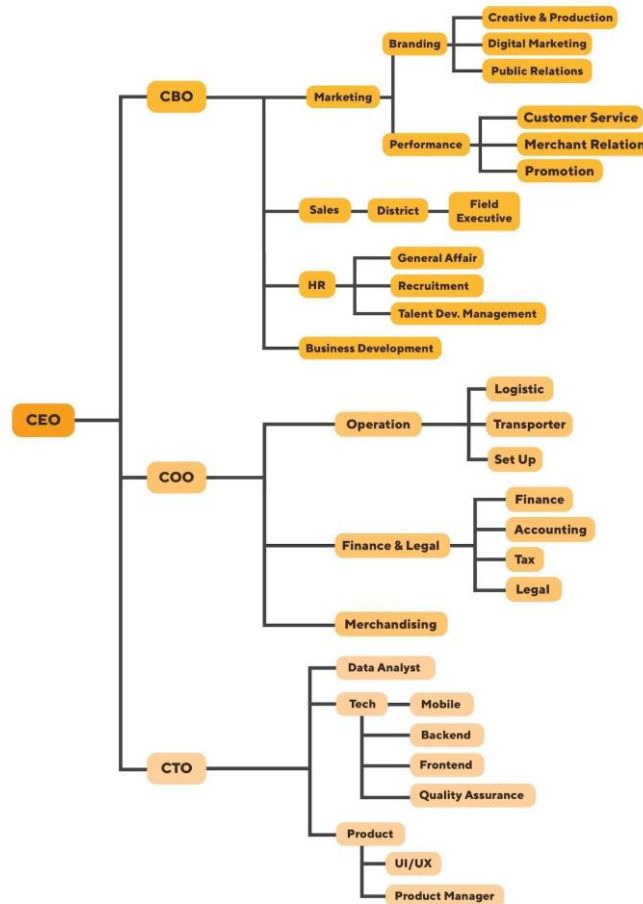
UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2.2 Struktur Organisasi Klikdaily

Berikut merupakan struktur organisasi dari PT. Klik Teknologi Indonesia.

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Klikdaily

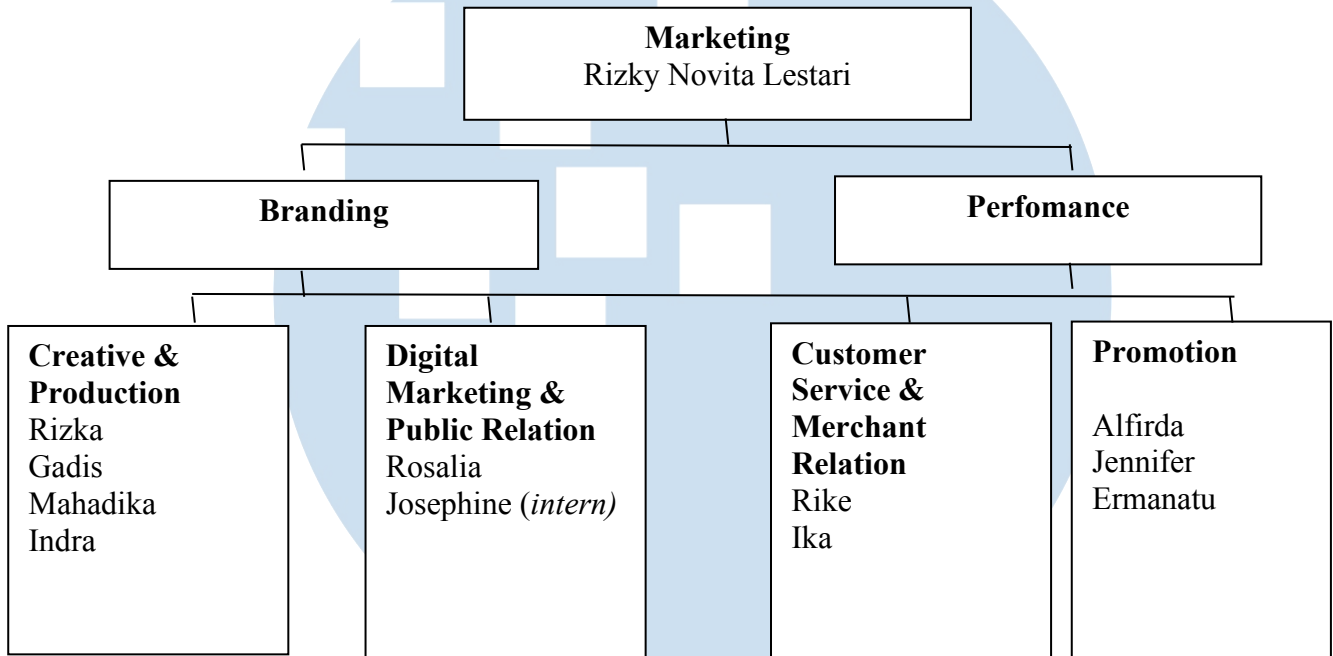


Sumber : Klikdaily

Berdasarkan struktur organisasi di atas, PT. Klik Teknologi Indonesia dikepalai oleh Amos Gunawan selaku CEO, yang membawahi tiga divisi utama, yaitu CBO, COO, dan CTO. Dalam hal ini, CBO mengarah kepada *business development* dari Klikdaily, yang dipimpin oleh Mariska Andriana. Kemudian, COO mengarah kepada *project-project* baik secara internal maupun eksternal dari Klikdaily, yang dikepalai oleh Mario Sadikin. Lebih lanjutnya, CTO mengarah kepada teknologi yang terus diinovasikan oleh Klikdaily, yang dipimpin oleh Indra Dhanurendra.

## 2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi *Marketing & Branding Performance*

Tabel 2.3 Tabel Ruang Lingkup Kerja



Sumber : Olahan Peserta Magang, 2021

Divisi *marketing* dan *branding* dikepalai oleh Rizky Novita yang sekaligus menjadi jembatan antara divisi-divisi lainnya, seperti divisi *project*, divisi *technology*, dan divisi *business development*. Divisi *marketing* dan *branding* juga tepat berada di bawah naungan Mariska Andriana.

Secara garis besar, divisi *marketing* dan *branding* memegang tanggung jawab terhadap hubungan Klikdaily, baik secara internal maupun eksternal. Lebih lanjutnya, tugas dan tanggung jawab dari divisi *marketing* dan *branding* adalah sebagai berikut.

- a. Menjaga hubungan baik Klikdaily dengan pihak eksternal, seperti investor, *partner*, pemerintah, dan lainnya.

- b. Merancang *marketing plan* baik untuk kegiatan utama Klikdaily yaitu terhadap warung-warung, maupun program-program Klikdaily bersama dengan *partner*.
- c. Memastikan berjalannya program *marketing* dan *branding* Klikdaily
- d. Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan *marketing* yang dilakukan oleh Klikdaily.

Pada praktiknya, divisi *branding* turut bekerja sama dengan divisi *performance*. Dalam hal ini, koordinasi yang dilakukan adalah sebagai berikut.

### **1) Branding dengan Promotion**

Koordinasi yang dilakukan antara divisi *branding* dengan tim *promotion* lebih mengarah kepada pembuatan program *marketing* Klikdaily di setiap bulannya. Program *marketing* tersebut akan berisikan promo ataupun diskon yang mendukung jalannya kegiatan perdagangan di Klikdaily.

Dalam hal ini, tim *promotion* akan membuat *list* promo produk dan persentase diskon yang akan berlangsung di waktu mendatang. Setelah mendapatkan data tersebut, tim *branding*, khususnya *digital marketing* dan *public relations* akan membuat *content planning* yang nantinya akan diunggah di Instagram Klikdaily.

Setelah *content planning* tersebut rampung, maka materi akan diberikan langsung kepada tim *creative & production* untuk dibuatkan *design* yang sesuai dengan ciri khas Klikdaily. Lalu, *design* yang telah rampung tersebut akan diunggah oleh tim *digital marketing & public relations*.

### **2) Branding dengan Customer Service & Merchant Relation**

Jika koordinasi dengan tim *promotion* lebih mengarah kepada kegiatan regular, yaitu setiap bulan ataupun setiap minggu. Koordinasi antara divisi *branding* dengan tim *customer service & merchant relation* lebih mengarah kepada kebutuhan *research*.

Hal ini dimaksudkan, tim *digital marketing & public relation* membutuhkan data dari tim *customer service & merchant relation* untuk tindakan selanjutnya dalam penanganan *customer* dan *client*.

Tim *branding* juga bekerja sama dengan divisi lainnya di luar divisi *marketing*, yang adalah sebagai berikut.

### 1) **Branding dengan Operation**

Dalam hal ini, koordinasi yang dilakukan tim *branding* adalah membuat program *marketing* dari *project-project* yang dibentuk oleh tim *operation*. Seperti yang telah disebutkan di atas, yang dimana divisi *operation* berada di bawah naungan COO, yang lebih mengarah kepada pembentukan *project* internal dan eksternal.

### 2) **Branding dengan Tech**

Koordinasi antara tim *branding* dengan tim *Tech* lebih berfokuskan kepada *website* dari Klikdaily. Hal ini dapat dicontohkan ketika Klikdaily memutuskan untuk mengganti logo perusahaan. Pihak *management* pun mengharuskan untuk melakukan penyusunan ulang pada *website* Klikdaily. Dalam hal ini, tim *branding* akan menyusun seluruh informasi dan membuat *wording* sesuai dengan kebutuhan Klikdaily. Kemudian tim *branding* berkoordinasi dengan tim *Tech* terhadap teknis penyusunannya serta UI/UX *website* tersebut.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A