

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil PT. Online Media Guna (PergiKuliner)

PT. Online Media Guna, yang lebih dikenal sebagai PergiKuliner adalah sebuah startup berbasis digital yang fokus pada layanan *review* dan rekomendasi restoran di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek), Bandung, dan Surabaya. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2015 oleh Oswin Liandow, dengan kantor pusatnya berlokasi di Grogol, Jakarta Barat. Saat ini, PergiKuliner telah berhasil menarik sekitar 100.000 pengguna aktif, menjadikannya sebagai pemimpin dalam kategori situs review restoran di Indonesia.

PergiKuliner dapat diakses melalui berbagai *platform*, termasuk situs web dan aplikasi *mobile*. Hingga sampai saat ini, perusahaan terus berinovasi dengan mengembangkan ranah bisnisnya. Salah satu strategi inovatif yang diadopsi adalah menghadirkan kupon potongan harga di restoran mitra, yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik bagi pengguna. Selain itu, PergiKuliner juga aktif dalam menyelenggarakan berbagai acara dengan tema menarik, yang bertujuan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan pengguna.



Gambar 2.1 Peringkat Aplikasi Bidang Food & Beverage Indonesia by Similiarweb

Sumber: PT. Online Media Guna (PergiKuliner), 2023

PergiKuliner juga aktif dalam mengembangkan *offline activation* dengan mengadakan berbagai acara seperti Festival Kuliner dan Pop Up Festival secara teratur setiap bulannya. Acara-acara ini tersebar di wilayah Jabodetabek, Bandung, dan Medan. Melalui kegiatan ini, PergiKuliner tidak hanya memperluas cakupan geografisnya, tetapi juga menciptakan pengalaman langsung bagi pengguna dan restoran mitra, memperkuat koneksi antara komunitas kuliner, dan meningkatkan *brand awareness*.



Gambar 2.2 Logo PergiKuliner  
Sumber: PT. Online Media Guna (PergiKuliner), 2024

Berdasarkan wawancara dengan CEO PergiKuliner, logo PergiKuliner memiliki makna sebagai berikut:

1. Warna logo yaitu merah, merupakan warna yang identik untuk membangkitkan nafsu makan, dan merah yang dipilih agak muda karena PergiKuliner menargetkan wanita muda yang lebih suka warna merah muda
2. Kotak obrolan berwarna putih di tengah pada logo PergiKuliner melambangkan review dari reviewer dalam platform PergiKuliner, sedangkan Sendok garpu dan piring di dalamnya merupakan cara makan masyarakat Indonesia. Berdasarkan penjelasan tersebut logo ini memiliki makna PergiKuliner ingin fokus di review tempat makan untuk dapat membantu masyarakat Indonesia.

Dari filosofi logo, dapat terlihat bahwa PergiKuliner merupakan platform yang memiliki tujuan untuk membantu masyarakat Indonesia mencari tempat makan yang sesuai, melalui review dari reviewer. PergiKuliner menyediakan informasi terkait restoran maupun tempat makan, mulai dari jam buka, lokasi, kontak, fasilitas, tipe kuliner, pembayaran, menu, hingga review dari pengguna.

PergiKuliner menyediakan sarana bagi penggunanya untuk menyampaikan serta menemukan review makanan secara jujur dan objektif. Jujur dan objektif karena seluruh review yang ada di PergiKuliner harus menjelaskan mengenai rasa makanan, mencantumkan foto makanan, dan memberikan lima macam rating yang terdiri dari rasa, suasana, harga:rasa, pelayanan, serta kebersihan. PergiKuliner juga memiliki beberapa fitur yang memberikan rekomendasi tempat makan berdasarkan yang enak (rating rasa di atas 3.5), tempat yang baru buka, dan tempat makan tematik. PergiKuliner menjadi jembatan penghubung antara pengguna aplikasi dan juga pihak restoran.

## **2.2 Visi Misi PT Online Media Guna (PergiKuliner)**

PergiKuliner sebagai platform direktori serta review tempat makan memiliki Visi, Misi, dan DNA (Dokumen perusahaan, 2024) sebagai pedoman yang diterapkan untuk membuat langkah-langkah perubahan dan menentukan perkembangan, yaitu sebagai berikut:

### 1) Visi

Secara nyata menciptakan & terus memperkaya nilai hidup masyarakat melalui internet.

### 2) Misi

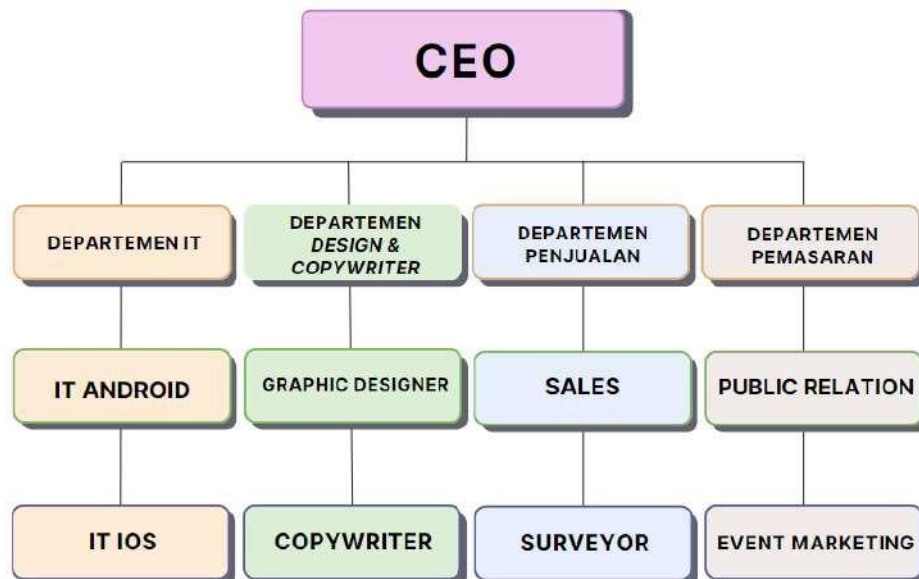
Membuat pengalaman kuliner lebih bermakna dengan:

- a. Menyediakan informasi yang terpercaya

- b. Membangun kepercayaan
  - c. Memberikan keseruan tambahan
- 3) DNA
- a. Membuat produk yang diinginkan pengguna
  - b. Bahu-membahu sesama tim
  - c. Memiliki integritas & fokus kepada solusi

### 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada 2019, PergiKuliner mulai merintis peluang bisnis melalui aktivasi luring di bidang penyelenggaraan acara. Hingga kini, PergiKuliner terus mengadakan banyak acara setiap bulannya meningkatkan kuantitas dan kualitas acara yang diadakan. Sebagai sebuah organisasi, PergiKuliner memiliki struktur organisasi yang saling mendukung untuk menjalankan operasional perusahaan. Berikut ini merupakan struktur organisasi PergiKuliner.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PergiKuliner  
 Sumber: Dokumen Perusahaan, 2023