BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Dengan pesatnya pertumbuhan penggunaan internet dan layanan *digital* di Indonesia, muncul peluang untuk mengembangkan aplikasi direktori kuliner, mengingat aktivitas mencari tempat makan merupakan bagian dari rutinitas harian yang kerap dilakukan tanpa disadari. Peluang inilah yang mendorong Bapak Oswin Liandow dan Bapak Thomas Muliawan untuk menggagas PergiKuliner sebagai aplikasi direktori tempat makan pertama yang dikembangkan di Indonesia.

PT. Online Media Guna, yang dikenal dengan nama PergiKuliner, didirikan oleh Oswin Liandow pada 12 Januari 2015 dan telah beroperasi selama 9 tahun dengan kantor pusat yang berlokasi di Grogol, Jakarta Barat. PergiKuliner merupakan perusahaan rintisan berbasis digital yang hadir dalam bentuk situs *web* dan aplikasi, menyediakan layanan ulasan serta rekomendasi tempat makan yang lengkap mulai dari warung kaki lima hingga restoran mewah di wilayah Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya.

Gambar 2.1 Logo PergiKuliner

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

Saat ini, PergiKuliner telah memiliki sekitar 100.000 pengguna aktif dan menempati peringkat teratas dalam kategori situs ulasan restoran di Indonesia. Dalam pengembangan usahanya, PergiKuliner terus berinovasi dengan menawarkan kupon diskon dari restoran mitra dan rutin menyelenggarakan berbagai acara kuliner dengan tema-tema yang menarik.

PergiKuliner turut mengembangkan strategi *offline activation* dengan mengadakan beragam kegiatan rutin setiap bulan, seperti Festival Kuliner, *Pop Up Festival*, dan *Treasure Hunt* (I*nfluencer's preloved*), yang diselenggarakan di berbagai kota seperti Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya.

Gambar 2.2 *Event-event* PergiKuliner

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

Gambar 2.3 Logo PergiKuliner

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan CEO PergiKuliner, logo PergiKuliner memiliki makna tersendiri. Warna merah yang digunakan melambangkan gairah makan, dengan nuansa merah muda yang dipilih secara khusus karena segmen utama pengguna PergiKuliner adalah perempuan muda yang cenderung menyukai warna tersebut. Di bagian tengah logo terdapat elemen berbentuk kotak obrolan berwarna putih yang merepresentasikan ulasan atau review dari pengguna, sedangkan simbol sendok, garpu, dan piring di dalamnya mencerminkan cara makan khas masyarakat Indonesia. Secara keseluruhan, elemen-elemen dalam logo ini menunjukkan bahwa PergiKuliner berfokus pada penyediaan ulasan tempat makan guna membantu masyarakat dalam memilih tempat makan yang sesuai.

Filosofi logo PergiKuliner mencerminkan visi *Platform* ini sebagai sarana untuk membantu masyarakat Indonesia dalam menemukan tempat makan yang tepat melalui ulasan dari para pengguna. PergiKuliner menyajikan berbagai informasi mengenai restoran dan tempat makan, mencakup jam operasional, lokasi, kontak, fasilitas, jenis kuliner, metode pembayaran, menu, hingga ulasan dari konsumen.

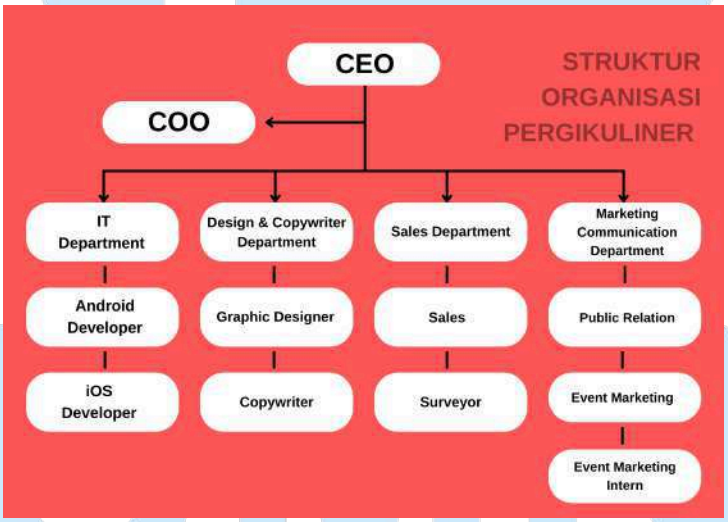
Platform ini juga memberi ruang bagi pengguna untuk menulis dan menemukan ulasan makanan yang bersifat jujur dan objektif. Kejujuran dan objektivitas dijaga melalui syarat bahwa setiap ulasan harus mengulas rasa makanan, menyertakan foto, dan memberikan penilaian berdasarkan lima aspek : rasa, suasana, nilai harga terhadap rasa, pelayanan, serta kebersihan. Selain itu, PergiKuliner dilengkapi fitur rekomendasi tempat makan berdasarkan kriteria tertentu seperti rating rasa di atas 3.5, restoran yang baru dibuka, dan tempat makan dengan tema khusus. Dengan demikian, PergiKuliner berperan sebagai penghubung antara pengguna dan pemilik restoran.

2.2 Visi dan Misi PergiKuliner

Sebagai aplikasi *review* restoran nomor 1 di Indonesia, PergiKuliner tentu memiliki visi misi, yaitu :

- Visi : Secara nyata menciptakan dan terus memperkaya nilai hidup masyarakat Indonesia melalui internet.
- Misi : Ingin menjadi teman pergi kuliner bagi masyarakat Indonesia dengan menyediakan informasi secara akurat, lengkap dan terpercaya.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PergiKuliner

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

Struktur organisasi PT Online Media Guna (PergiKuliner) ditampilkan pada **Gambar 2.4,** yang menunjukkan bahwa posisi tertinggi dalam perusahaan dipegang oleh *Chief Executive Officer* (CEO) dan *Chief Technology Officer* (CTO). Secara umum, *CEO* bertugas memimpin serta mengarahkan seluruh departemen untuk mencapai visi dan misi perusahaan. Sementara itu, CTO bertanggung jawab atas pengelolaan serta pengembangan infrastruktur dan

teknologi informasi perusahaan. Di bawah kepemimpinan CEO terdapat sejumlah departemen, yaitu *Operations, Sales, Marketing Communications,* dan *Events*, serta unit-unit lain seperti *CEO Office* dan CRO. Adapun departemen yang berada di bawah CTO meliputi IT dan *Graphic Design*.

Gambar 2.5 Struktur Organisasi PergiKuliner

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

Departemen *Marketing Communication* memiliki sejumlah posisi dengan tanggung jawab yang beragam. Berikut ini adalah rincian tugas masing-masing posisi :

A. Kepala *Marketing Communication*

- Mengawasi seluruh rangkaian kegiatan acara mulai dari tahap perencanaan, persiapan, pelaksanaan hingga evaluasi akhir.
- Memiliki otoritas dalam mengambil keputusan akhir terkait kerja sama dengan pihak eksternal.
- Bertugas mengidentifikasi peluang-peluang baru untuk mendukung program-program PergiKuliner.

B. Spesialis Pemasaran Acara (*Event Marketing Specialist*)

- Bertanggung jawab atas semua aspek dalam perencanaan dan penyelenggaraan acara, termasuk pencarian lokasi, penyusunan proposal,

negosiasi harga, perekrutan tenant serta bintang tamu, pengembangan strategi kreatif, penyusunan anggaran, penentuan tema, pengawasan pelaksanaan acara, hingga evaluasi.

- Memastikan semua aspek acara berjalan dengan lancar serta menjalankan peran sebagai koordinator lapangan.

C. *Marketing Communications Executive*

- Mengembangkan konsep dan ide kreatif untuk pelaksanaan acara.
- Menyusun serta melengkapi berbagai kebutuhan penting yang diperlukan selama acara berlangsung.
- Berperan dalam menjalin komunikasi dan koordinasi dengan seluruh pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan *event*.
- Menyusun laporan menyeluruh mengenai jalannya acara secara keseluruhan.

D. *Event Marketing Executive*

- Mengembangkan ide dan konsep kreatif untuk mendukung keberhasilan acara.
- Menjalankan peran sebagai penanggung jawab utama (PIC) dalam acara, serta memastikan seluruh kebutuhan acara terpenuhi dengan baik.
- Menyusun strategi untuk meningkatkan ketertarikan dan partisipasi pelanggan dalam *event*.
- Mengidentifikasi dan mengajak *tenant* yang berpotensi untuk terlibat dalam acara PergiKuliner.

E. *Marketing Communications Intern*

- Mempromosikan PergiKuliner kepada calon pengguna baru melalui berbagai aktivitas seperti *meet-up*, pembuatan konten media sosial, keterlibatan dalam pelaksanaan acara, serta kunjungan dan *monitoring* ke restoran mitra.

F. *Event Marketing Intern*

- Mendukung tugas *Event Marketing Executive* dalam mengelola acara sebagai PIC.
- Terlibat dalam pencarian tenant potensial, bintang tamu, serta kebutuhan lain terkait acara.
- Menghadiri *event* untuk mendapatkan kontak *tenant* dan menjalin relasi kerja sama.
- Mengunjungi restoran mitra untuk membuat ulasan yang dipublikasikan di *web* dan akun TikTok PergiKuliner.
- Berpartisipasi langsung dalam pelaksanaan acara dan bertanggung jawab atas tugas-tugas yang diberikan selama kegiatan berlangsung.