

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Platform X didirikan pada awal tahun 2024 sebagai sebuah solusi digital yang dirancang untuk mendukung percepatan transformasi industri makanan dan minuman (Food & Beverage, F&B) di Indonesia. Sejak awal berdirinya, platform ini hadir untuk menjawab kebutuhan pelaku usaha restoran akan sistem pemesanan yang lebih efisien, modern, dan sesuai dengan perkembangan teknologi digital di era pasca pandemi.

Pada tahap awal peluncurannya, **Platform X** menawarkan sistem pemesanan makanan yang sepenuhnya berbasis QR code, yang dirancang agar pelanggan dapat memesan menu secara mandiri tanpa harus melakukan interaksi fisik dengan pelayan atau kasir. Dengan hanya memindai kode QR yang terpasang di setiap meja restoran, pelanggan dapat langsung mengakses menu digital lengkap, memilih hidangan yang diinginkan, melakukan pemesanan, sekaligus menyelesaikan pembayaran secara digital. Pesanan tersebut akan otomatis tercetak pada printer dapur dan muncul di layar Point of Sale (POS) restoran, sehingga tim dapur dapat segera menyiapkan hidangan dan menyajikannya ke meja pelanggan dengan lebih cepat dan akurat. Pendekatan contactless service ini terbukti sangat relevan dengan kebutuhan pelanggan yang mengutamakan kenyamanan dan keamanan bertransaksi di masa pasca pandemi COVID-19. Selain memberikan nilai tambah bagi pelanggan, sistem ini juga membantu pihak restoran menghemat biaya operasional, meminimalisir antrean di kasir, serta mempermudah manajemen pesanan pada jam-jam sibuk.

Seiring berjalannya waktu dan semakin berkembangnya kebutuhan pasar, pada penghujung tahun 2024, **Platform X** melakukan transformasi bisnis secara bertahap. Dari yang awalnya hanya difokuskan pada penyediaan sistem pemesanan di restoran, **Platform X** berinovasi menjadi sebuah platform gaya hidup digital yang lebih komprehensif. Fitur baru yang dihadirkan mencakup penyediaan

informasi lokasi merchant terdekat, rekomendasi tempat makan dan hiburan populer di sekitar pengguna, hingga penawaran berbagai jenis voucher diskon eksklusif yang dapat langsung ditukarkan di merchant mitra.

Transformasi ini membawa **Platform X** ke arah yang lebih luas, yaitu menjadi **discovery app** yang tidak hanya memberikan keuntungan finansial melalui promo potongan harga, tetapi juga berperan sebagai panduan gaya hidup modern. Pengguna dapat menjelajahi berbagai pilihan restoran, kafe, pusat belanja, tempat hiburan, hingga merchant lifestyle lain dengan praktis hanya melalui satu aplikasi. Hal ini tentunya sejalan dengan tren konsumen masa kini yang semakin mengutamakan efisiensi, kenyamanan, serta pengalaman yang dipersonalisasi saat beraktivitas dan berbelanja.

Lebih jauh, komitmen **Platform X** dalam mendukung pertumbuhan bisnis para mitra juga diwujudkan melalui pengembangan sistem manajemen operasional restoran yang terintegrasi secara end-to-end. Fitur ini membantu para pemilik usaha untuk memonitor status pesanan, mengelola inventaris, mengoptimalkan kecepatan pelayanan, serta menghasilkan laporan penjualan harian hingga bulanan secara otomatis. Data operasional yang akurat dan real-time ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi performa, dasar pengambilan keputusan bisnis, hingga perumusan strategi promosi yang lebih tepat sasaran.

Dengan memanfaatkan teknologi berbasis lokasi (location-based service) serta personalisasi rekomendasi, **Platform X** kini bertransformasi menjadi mitra digital bagi masyarakat urban yang ingin menemukan penawaran terbaik sekaligus mengeksplorasi beragam pilihan kuliner dan hiburan. Tak hanya sekadar mempermudah transaksi, **Platform X** juga menghadirkan kolaborasi menarik dengan berbagai brand ternama, menyediakan promo spesial, serta menghadirkan fitur-fitur inovatif yang mendukung pengalaman gaya hidup digital yang modern, hemat, dan menyenangkan dalam satu aplikasi terpadu.

2.1.1 Visi Misi

Dalam era transformasi digital yang berkembang pesat di Indonesia, kebutuhan akan platform yang mampu mengintegrasikan layanan gaya hidup dengan solusi digital semakin meningkat. Platform X mengusung visi dan budaya perusahaan yang kuat sebagai dasar dalam menjalankan operasional serta pengembangan produk dan layanan secara berkelanjutan.

Visi:

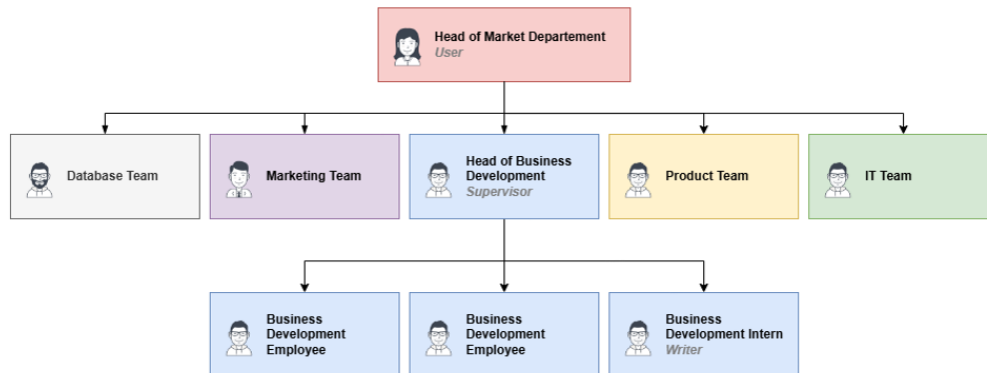
Menjadi platform digital terdepan dalam eksplorasi kuliner dan hiburan yang memberdayakan pelaku usaha serta memberikan pelayanan optimal bagi pengguna melalui solusi digital yang inovatif, sejalan dengan semangat *“Empowering Merchants, Serving Users.”*

Budaya Perusahaan (Corporate Culture):

Dalam mencapai visi tersebut, Platform Marketplace Lokal menjunjung tinggi nilai-nilai budaya perusahaan yang membentuk cara kerja dan interaksi tim, yaitu:

1. **Data-Driven Decision Making** : Setiap langkah dan strategi disusun berdasarkan analisis data aktual demi menghasilkan keputusan yang objektif, terukur, dan tepat sasaran.
2. **Empathy in Action**: Menjaga hubungan baik dengan merchant dan pengguna melalui pendekatan yang mengedepankan empati dan respons cepat terhadap kebutuhan mitra.
3. **Agility & Innovation** : Mendorong setiap tim untuk terus berinovasi, tanggap terhadap perubahan pasar, serta cepat beradaptasi terhadap dinamika kebutuhan pengguna dan partner bisnis.
4. **Collaboration-Oriented** : Menumbuhkan semangat kerja sama lintas fungsi secara aktif, terbuka, dan proaktif untuk mencapai tujuan bersama dalam ekosistem digital yang berkembang.
5. **Merchant Empowerment** : Memberikan edukasi dan dukungan teknologi kepada merchant untuk meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan bertumbuh bersama platform.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1 Diagram Struktur Departemen

Dapat dilihat pada gambar 2.1 departemen market merupakan salah satu pilar utama dalam **Platform Q** yang berperan penting dalam pengembangan merchant, pemasaran, serta peningkatan kualitas layanan bagi pengguna. Struktur organisasi di dalam departemen ini dipimpin oleh Head of Department dan terdiri dari beberapa tim pendukung yang berkoordinasi secara sinergis. Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, Departemen Market dipimpin oleh seorang Head of Department yang bertanggung jawab mengatur strategi jangka pendek dan jangka panjang, serta mengawasi jalannya kolaborasi antar tim di bawahnya. Adapun susunan dan peran masing-masing tim adalah sebagai berikut:

- **Database Team:**

Bertanggung jawab mengoordinasikan informasi data merchant dan produk yang akan ditampilkan di dalam aplikasi. Tugas tim ini meliputi pembaruan data, verifikasi kesesuaian informasi yang tampil pada halaman aplikasi, dan memastikan konten data merchant selalu akurat dan terbaru untuk mendukung pengalaman pengguna yang optimal.

- **Marketing Team:**

Bertugas merancang dan mengeksekusi strategi pemasaran untuk meningkatkan visibilitas platform di berbagai kanal digital. Tim ini fokus pada pembuatan konten kreatif, pengelolaan media sosial, penyusunan materi promosi, serta pelaksanaan kampanye digital untuk menarik minat pengguna baru dan menjaga engagement dengan pelanggan yang sudah ada.

- **Customer Service Team:**

Memastikan terjaganya komunikasi dua arah yang efektif antara platform dengan pengguna maupun merchant. Tim ini menangani berbagai pertanyaan, keluhan, serta masukan yang masuk, dengan tujuan menjaga kepuasan dan loyalitas pengguna. Selain itu, Customer Service Team juga berperan aktif dalam mengkoordinasikan permasalahan yang dihadapi oleh customer maupun merchant kepada tim internal terkait, sehingga solusi dapat diberikan secara cepat, tepat, dan terintegrasi.

- **Product Team:**

Berperan dalam operasionalisasi produk dan pengelolaan kampanye promosi di platform. Tim ini bertanggung jawab dalam menentukan program dan fitur yang akan diimplementasikan di aplikasi, melakukan koordinasi dengan tim terkait untuk memastikan kesiapan operasional, serta melakukan pengujian (testing) terhadap fitur sebelum dirilis ke publik.

- **Business Development Team:**

Bertanggung jawab membangun dan memelihara hubungan kerja sama strategis dengan para merchant, baik bisnis skala kecil, menengah, maupun besar, di sektor makanan, minuman, dan hiburan. Tim ini melakukan proses penawaran kerja sama, negosiasi, serta penyusunan kesepakatan dengan merchant, disertai penyampaian informasi mengenai manfaat kerja sama dengan platform. Selain menjalin kerja sama, tim juga berperan dalam mendampingi operasional merchant melalui pelatihan, bimbingan penggunaan sistem, serta monitoring kinerja secara rutin. Hasil evaluasi kerja sama digunakan untuk merumuskan strategi promosi yang sesuai agar dapat meningkatkan penjualan merchant sekaligus mendukung pertumbuhan ekosistem platform secara berkelanjutan.