

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Yukk Kreasi Indonesia, atau biasa dikenal sebagai YUKK Indonesia, merupakan perusahaan yang beroperasi di bidang *finance-technology (fintech)*. Berdiri sejak tahun 2017, YUKK Indonesia memulai operasionalnya dengan menyediakan layanan *fintech* berupa aplikasi *e-wallet* pada 01 Maret 2018. Aplikasi dompet digital ini bernama YUKK dengan *tagline* “*Simplifying Your Lifestyle*”, yang dirancang untuk memudahkan para pengguna (disebut YUKKers) dalam memenuhi keperluan harian seperti membayar tagihan listrik, membeli pulsa dan paket data, serta *voucher* untuk berbelanja.

Seiring berjalannya waktu, aplikasi YUKK mulai mengalami peningkatan fitur secara bertahap. Sejalan dengan meningkatnya penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) di Indonesia, aplikasi ini juga dilengkapi dengan fitur untuk pembayaran QRIS. Perkembangan YUKK Indonesia yang selaras dengan pesatnya pertumbuhan UMKM di Indonesia membuat YUKK Indonesia melihat adanya potensi yang besar dalam industri *finance technology*, khususnya dalam penyediaan jasa pembayaran. Tahun 2020 menjadi salah satu pencapaian penting bagi YUKK Indonesia, di mana perusahaan berhasil mendapatkan izin dan lisensi Bank Indonesia sebagai *Acquirer* dan Penyelenggara Transfer Dana yang menandakan salah satu *milestones* perusahaan. Dengan lisensi *Acquirer* dari Bank Indonesia, YUKK Indonesia dapat menerbitkan uang elektronik dan menyediakan berbagai metode pembayaran digital seperti QRIS, *virtual account* (VA), dan *payment link*. Di sisi lain, lisensi Penyelenggara Transfer Dana mendukung YUKK Indonesia sebagai *Acquirer* sehingga dapat menyediakan layanan *settlement* untuk pengguna layanan YUKK Payment Gateway.

Perjalanan YUKK Indonesia sebagai Penyedia Jasa Pembayaran (PJP) resmi dimulai pada tahun 2021 dengan memperkenalkan YUKK Payment Gateway. Sejak diperkenalkan, YUKK Payment Gateway menjadi prioritas YUKK Indonesia dalam ekspansi bisnis. Sebagai *payment gateway*, YUKK Indonesia mulai menjelajahi industri *event*, UMKM, dan *enterprises* dengan memposisikan diri sebagai *official payment partner* yang menyediakan berbagai metode pembayaran yang dibutuhkan oleh *event organizer* dan pelaku bisnis dari berbagai skala bisnis. Dengan pesatnya adopsi penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran utama di berbagai *merchant* dan *event*, QRIS menjadi produk unggulan (*hero product*) dari YUKK Payment Gateway.

Pada pertengahan hingga akhir 2023, mengamati perkembangan aplikasi YUKK yang stagnan, manajemen YUKK Indonesia mengambil keputusan strategis untuk mengevaluasi perkembangan dan peningkatan fitur di aplikasi YUKK serta layanan PPOB (*Payment Point Online Bank*) yang disediakan. Hasilnya, aplikasi YUKK diposisikan ulang menjadi aplikasi *e-wallet* sederhana yang hanya menyediakan layanan untuk penyimpanan dana, pembayaran, dan transfer dana. Perubahan ini menandai transformasi YUKK Indonesia dari perusahaan yang B2C (*Business-to-consumer*) based menjadi B2B (*Business-to-Business*) based. Transformasi strategis ini menyebabkan berbagai perubahan signifikan dalam internal YUKK Indonesia, seperti penambahan divisi baru yang dibutuhkan untuk mendukung model bisnis B2B hingga perubahan dalam strategi *digital marketing* yang dilakukan. Restrukturisasi ini dilakukan untuk memaksimalkan potensi YUKK Payment Gateway dalam ekosistem pembayaran digital B2B yang berkembang di Indonesia.

Dalam perkembangannya, YUKK Indonesia juga aktif berpartisipasi dalam mendukung berbagai inisiatif Bank Indonesia, terutama dalam mendorong UMKM untuk “*go digital*”. Komitmen YUKK Indonesia terhadap digitalisasi UMKM ini tercermin dalam keikutsertaan YUKK Payment

Gateway dalam berbagai *campaign* Bank Indonesia seperti Pekan QRIS Nasional (PQN) dan QRIS Jelajah Indonesia. Selain itu, kegiatan mendukung Bank Indonesia ini juga selaras dengan slogan YUKK Payment Gateway yaitu #GenerasiCashless dan #DukungSemuaUMKM.

Melalui rangkaian inovasi dan transformasi strategis, YUKK Indonesia terus berupaya untuk mengembangkan YUKK Payment Gateway dan posisinya dalam industri pembayaran digital di Indonesia. Dengan fokus pada pengembangan solusi pembayaran yang *all-in-one* dan mudah digunakan, YUKK Indonesia berkomitmen untuk terus mendukung pertumbuhan ekosistem digital Indonesia. YUKK Indonesia melalui YUKK Payment Gateway berkomitmen untuk menciptakan pengalaman berbisnis yang lebih mudah, lebih cepat, dan lebih aman dengan solusi pembayaran digital bagi pelaku bisnis di masa depan.

2.2 Visi Misi

Visi YUKK Indonesia adalah “Menciptakan Solusi Keuangan untuk Masa Depan Bisnis yang Lebih Baik”. Melalui visi ini, YUKK Indonesia berkomitmen tidak hanya sebagai penyedia layanan pembayaran, tetapi juga menjadi mitra strategis bagi pelaku bisnis dalam menghadapi perkembangan digitalisasi. YUKK Indonesia ingin menjadi penyedia solusi *all-in-one* yang mampu menjawab segala tantangan bisnis dalam hal pembayaran. YUKK Indonesia ingin pelaku bisnis dapat menjalankan bisnisnya dengan lebih mudah, lebih cepat, dan lebih aman sehingga dapat lebih berfokus dalam pengembangan bisnis tanpa perlu memikirkan sistem pembayarannya.

Dalam mencapai visi tersebut, YUKK Indonesia telah menetapkan misi perusahaan, sebagai berikut.

- 1) Menyediakan sistem keuangan yang komprehensif dan mudah diakses oleh semua bisnis, khususnya UMKM.

YUKK Indonesia menciptakan infrastruktur keuangan yang dapat diandalkan dan diakses oleh berbagai skala bisnis, dengan perhatian khusus pada UMKM yang sering terkendala dalam sumber daya terutama akses teknologi seperti sistem keuangan yang lengkap.

- 2) Menyederhanakan sistem pembayaran dan pengiriman dana untuk mendukung pertumbuhan bisnis.

YUKK Indonesia menawarkan penyederhanaan transaksi keuangan seperti pembayaran dan transfer dana, sehingga para pelaku bisnis dapat fokus pada pertumbuhan bisnis tanpa terhambat oleh kerumitan sistem keuangan.

- 3) Menghadirkan API kelas dunia yang terintegrasi dengan berbagai institusi keuangan.

YUKK Indonesia menyediakan API (*Application Programming Interface*), sistem penghubung antara layanan YUKK Payment Gateway dengan layanan perbankan atau keuangan lainnya, sebagai “jembatan digital” yang memudahkan bisnis mengelola transaksi keuangan tanpa proses yang rumit.

- 4) Menyediakan *dashboard* yang mudah digunakan untuk mengelola berbagai kebutuhan finansial bisnis.

YUKK Indonesia menyediakan *dashboard* atau panel kontrol yang *user-friendly* sehingga memungkinkan pelaku bisnis untuk dapat dengan mudah mengakses dan mengelola semua kebutuhan keuangan dalam satu platform saja.

- 5) Menyediakan akses teknologi keuangan untuk semua skala bisnis.

YUKK Indonesia memberikan kemudahan dalam mengakses dan menggunakan teknologi keuangan sehingga tidak hanya bisnis besar saja, tetapi juga bisnis dengan berbagai skala seperti UMKM, dapat menggunakan inovasi *fintech* untuk perkembangan bisnisnya.

2.3 Logo YUKK dan YUKK Payment Gateway

Sejak berdirinya YUKK Indonesia telah memiliki dan menggunakan dua logo utama yaitu logo YUKK dan YUKK Payment Gateway. Sebagai salah satu *brand identity*, YUKK Indonesia menonjolkan kata “YUKK” sehingga mudah dikenali dan adanya *readability* pada logo tersebut. Secara *detail*, makna logo YUKK sebagai berikut.

- 1) Warna magenta: menyimbolkan energi, kedinamisan, dan keberanian. Warna ini dipilih sebagai representasi dari semangat inovasi YUKK Indonesia dalam industri keuangan digital.
- 2) Huruf bulat dan mengalir: *font* yang digunakan berbentuk bulat untuk mewakilkan keterbukaan dan kemudahan akses yang ingin ditawarkan YUKK Indonesia sesuai dengan misi perusahaan.
- 3) Huruf “y” dengan ekor menyambung: penempatan ekor pada huruf “y” dimaksud untuk merepresentasikan fleksibilitas dari YUKK Indonesia yang bergerak dalam bidang *finance technology* yang senantiasa berkembang dan berubah.
- 4) Huruf “k” seperti tanda panah: tanda panah melambangkan arah dan progres, sehingga penempatan huruf “k” seolah tanda panah untuk merepresentasikan arah perusahaan untuk mendukung kemajuan ekosistem pembayaran digital di Indonesia.



Gambar 2.1 Logo YUKK Indonesia

Sumber. Website YUKK Indonesia (2025)

Lahirnya YUKK Payment Gateway sebagai layanan utama yang ditawarkan oleh YUKK Indonesia, melahirkan logo baru yaitu YUKK PG, dengan *detail* sebagai berikut.

- 1) Elemen “pg” dengan gradasi hijau-biru: warna hijau melambangkan pertumbuhan dan warna biru melambangkan kepercayaan dan keandalan. Kedua aspek tersebut melambangkan nilai penting yang harus ada dalam PJP.
- 2) Desain futuristik “pg”: desain ini menekankan pada layanan *payment gateway* yang ditawarkan oleh YUKK Indonesia, inovatif dan orientasi masa depan.
- 3) Kata “*Payment Gateway*”: aspek ini memberikan kejelasan pada spesialisasi layanan yang ditawarkan oleh YUKK Indonesia.



Gambar 2.2 Logo YUKK Payment Gateway

Sumber. Website YUKK Indonesia (2025)

2.4 Virtual Ambassador

A.Y.U., singkatan dari "Admin YUKK Indonesia", merupakan *virtual ambassador* resmi yang menjadi perwujudan dari identitas dan personalitas YUKK Indonesia. Sebagai representasi visual *brand*, A.Y.U. dirancang untuk mencerminkan *target audience* utama YUKK dan menjadi jembatan komunikasi yang konsisten antara *brand* dengan komunitasnya. *Virtual ambassador* ini berperan aktif di berbagai platform media sosial, terutama Instagram, sebagai *spokesperson* digital yang dapat diandalkan untuk menyampaikan nilai-nilai dan pesan *brand* secara visual kepada publik.

Dari segi teknologi, A.Y.U. dikembangkan menggunakan kombinasi *tools* antara 3D *rendering technology* dan AI-based *face swap editing tools* yang memungkinkan visualisasi *realistic* dan *high-quality*. Teknologi *artificial intelligence* ini memberikan fleksibilitas dalam menghasilkan berbagai ekspresi dan pose yang natural, sekaligus memastikan konsistensi *output* visual dalam setiap produksi konten. A.Y.U. memiliki versatilitas tinggi dalam implementasinya, mulai dari konten digital statis untuk konten sosial media dan *digital advertisements*, konten pemasaran offline seperti *print ads* dan *outdoor advertising*, hingga konten *motion* berupa *animated videos*.



Gambar 2.3 A.Y.U.

Sumber. Data Internal Perusahaan (2025)

2.5 Data Umum Perusahaan

Kantor YUKK Indonesia berada di komplek Ruko De Mansion, Alam Sutera. Dengan *detail* lengkap sebagai berikut.

Tabel 2.1 Data Umum Perusahaan

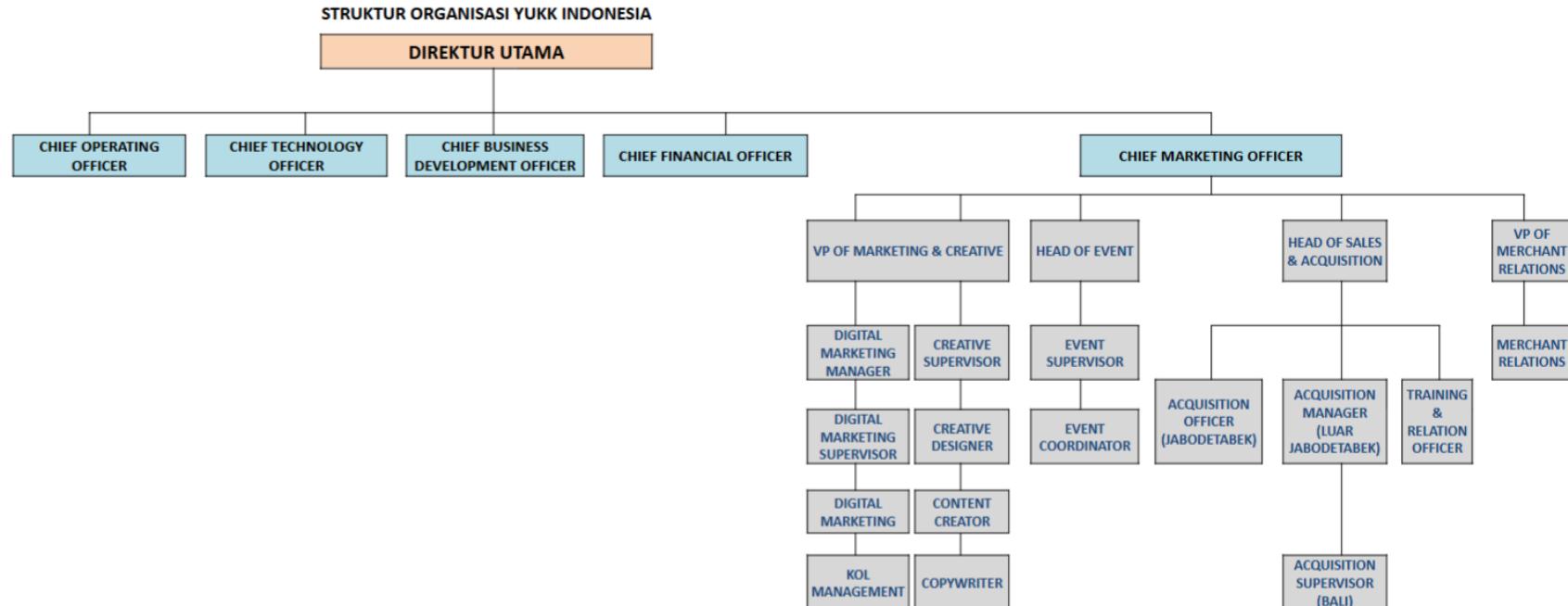
Nama Perusahaan	YUKK Indonesia
Alamat Perusahaan	Palmrya Utama, Ruko De Mansion, Jl. Jalur Sutera No.EF No.15-16, Kunciran, Pinang, South Tangerang City, Banten
Kontak Perusahaan	(021) 31108040
Website Perusahaan	https://yukk.co.id/

Sumber. Olahan Peneliti (2025)

2.6 Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan data internal *Human Resource* YUKK Indonesia (2025), YUKK Indonesia menerapkan struktur organisasi yang tersusun secara sistematis dengan kepemimpinan tertinggi dipegang oleh direktur utama dan didukung oleh kepala departemen. Dalam mengoptimalkan operasionalnya, YUKK Indonesia membentuk lima departemen utama yang masing-masing dikepalai oleh seorang kepala departemen, yaitu *operation, technology, business development, financial* dan *marketing*. Berikut adalah gambaran struktur organisasi yang ada di YUKK Indonesia.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.4 Struktur Organisasi YUKK Indonesia

Sumber. Data Internal Perusahaan (2025)

2.6.1 Peran & Tanggung Jawab Departemen

2.6.1.1 Operation Department

Operation Department dikepalai oleh seorang Chief Operating Officer (COO). Departemen ini terdiri atas 6 (enam) divisi utama yaitu *Legal*, *Compliance*, *Fraud*, *Onboarding*, *Operations Activation* dan *Human Resource & General Affairs*. Peran *Operation Department* sebagai berikut.

- 1) Menjalankan dan mengelola operasional perusahaan untuk menjamin efisiensi, efektivitas, dan pencapaian target bisnis.
- 2) Mengembangkan dan mengimplementasikan strategi operasional yang selaras dengan visi perusahaan.
- 3) Melaksanakan proses *onboarding* dan aktivasi *merchant* serta berbagai *payment channel*.
- 4) Memberikan rekomendasi strategis terkait operasional dan sumber daya manusia (SDM) kepada manajemen.
- 5) Mengelola risiko operasional dan memastikan kebijakan perusahaan sejalan dengan regulasi dan kebijakan Bank Indonesia dan hukum di Indonesia, serta tujuan bisnis YUKK Indonesia.

2.6.1.2 Technology Department

Technology Department dikepalai oleh seorang Chief Technology Officer (CTO). Departemen ini terdiri atas 4 (empat) divisi utama yaitu *Tech*, *Mobile Development*, *Devops Engineer*, dan *IT GRC*. Peran *Technology Department* sebagai berikut.

- 1) Melakukan pengembangan teknologi untuk menunjang tujuan bisnis perusahaan.
- 2) Menyelaraskan kebutuhan bisnis dengan solusi teknologi yang inovatif.
- 3) Mengembangkan, memelihara, dan meningkatkan aplikasi *server-side*.
- 4) Memastikan kepatuhan perusahaan terhadap regulasi teknologi informasi dan standar industri yang berlaku.
- 5) Merancang, membangun, dan memelihara infrastruktur IT perusahaan, termasuk *server*, jaringan, dan *cloud*.

2.6.1.3 Business Development Department

Business Development Department dikepalai oleh seorang Chief Business Development Officer (CBDO). Departemen ini terdiri atas 5 (lima) divisi utama, yaitu *Business Development*, *QA*, *UI/UX*, *Product*, dan *Product Ops*. Peran *Business Development* sebagai berikut.

- 1) Merancang dan mengimplementasikan strategi bisnis untuk meningkatkan pangsa pasar dan pendapatan perusahaan.
- 2) Menentukan visi, strategi, dan *roadmap* pengembangan produk sesuai dengan tujuan bisnis perusahaan.
- 3) Berkolaborasi dengan tim teknologi untuk mengembangkan solusi inovatif sesuai kebutuhan pasar.

- 4) Memantau tren industri *fintech* dan regulasi untuk memastikan kepatuhan serta mengidentifikasi peluang bisnis baru yang dapat diadopsi oleh perusahaan.

2.6.1.4 Financial Department

Financial Department dikepalai oleh seorang Chief Financial Officer (CFO). Departemen ini terdiri atas 3 (tiga) divisi utama yaitu *Investment, Finance & Tax, dan Accounting*. Peran *Finance Department* sebagai berikut.

- 1) Mengembangkan dan mengawasi strategi keuangan untuk menjamin pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan.
- 2) Mengelola arus kas, perencanaan anggaran, serta strategi investasi dan pendanaan perusahaan.
- 3) Memastikan kepatuhan terhadap regulasi keuangan, pajak, dan pelaporan kepada regulator (Bank Indonesia, OJK, dan lainnya).
- 4) Memberikan laporan keuangan strategis kepada manajemen dan pemegang saham.

2.6.1.5 Marketing Department

Marketing Department dikepalai oleh seorang Chief Marketing Officer (CMO). Departemen ini terdiri atas 6 (enam) divisi utama, yaitu *Digital Marketing, Creative, Event, Acquisition, Training & Relation Officer, dan Merchant Relations*. Peran *Marketing Department* sebagai berikut.

- 1) Mengimplementasikan strategi pemasaran perusahaan yang sejalan dengan visi dan misi perusahaan.

- 2) Menjalin serta mempertahankan hubungan baik dengan berbagai mitra bisnis, media, dan pemangku kepentingan lainnya.
- 3) Mengembangkan dan menjalankan strategi akuisisi *merchant* untuk meningkatkan jumlah *merchant* yang menggunakan produk YUKK Indonesia.
- 4) Mengelola anggaran pemasaran dan mengoptimalkan *return on investment* (ROI) dari setiap rencana pemasaran.
- 5) Mengembangkan strategi *branding* yang kuat untuk meningkatkan citra dan loyalitas perusahaan.

2.7 Struktur Divisi

Mahasiswa menjalani program magang di YUKK Indonesia sebagai Creative Marketing Intern di bawah Departemen Marketing, tepatnya di Divisi Creative Marketing. Proses magang mahasiswa di YUKK Indonesia, disupervisi langsung oleh Kenneth Augusta Yanuar, Creative Marketing Staff, dan juga didampingi serta dibimbing oleh rekan senior yang ada di divisi tersebut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.5 Struktur Divisi Creative Marketing

Sumber. Data Internal Perusahaan (2025)

Berikut masing-masing tugas pada Divisi Creative Marketing di YUKK Indonesia.

a) VP of Marketing & Creative

Peran dari VP of Marketing & Creative mencakup kepemimpinan atas keseluruhan strategi pemasaran dan kreatif untuk YUKK Indonesia. VP of Marketing & Creative juga bertanggungjawab dalam menetapkan visi, tujuan, dan KPI (*Key Performance Indicator*) untuk Divisi Digital Marketing dan Divisi Creative sehingga sesuai dengan arah strategis perusahaan. VP of Marketing & Creative akan mengadakan *meeting* rutin dengan *manager* dan *supervisor level* di Divisi Digital Marketing dan Divisi Creative.

b) Creative Marketing Supervisor

Creative Marketing Supervisor berperan sebagai “jembatan” antara manajerial dan *staff level* dalam Divisi Creative Marketing. Creative Marketing Supervisor bertugas dalam mengawasi pelaksanaan harian produksi konten kreatif, mendelegasikan tugas kepada Creative Designer, Content Creator, dan Copywriter, mengelola *creative planning* dan *timeline* produksi, serta menjamin semua *output* kreatif sesuai dengan *brand guidelines* dan *campaign objectives* yang ditetapkan. Selain itu, Creative Marketing Supervisor juga bertugas untuk berkoordinasi dengan Digital Marketing Manager dan Digital Marketing Supervisor terkait produksi *request* konten dan desain visual dari Divisi Digital Marketing.

c) Creative Designer

Creative Designer Staff berperan dalam eksekusi konsep kreatif menjadi desain visual yang menarik dan sesuai *brand guidelines*. Creative Designer Staff mengembangkan dan memproduksi berbagai aset visual seperti *graphic design* untuk media sosial, *digital advertising materials*, *print collaterals*, dan *brand assets* lainnya. Selain itu, Creative Designer Staff juga berperan untuk memastikan konsistensi *visual identity* di semua platform komunikasi *brand*, melakukan revisi desain sesuai *feedback*, serta berkoordinasi dengan divisi dan subdivisi lainnya untuk mengintegrasikan elemen visual dengan konten tekstual.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

d) Content Creator

Content Creator Staff berperan untuk menciptakan dan mengeksekusi berbagai format konten digital sesuai dengan strategi *campaign* yang telah ditetapkan. Content Creator Staff di YUKK Indonesia bertugas sebagai *talent*, *voice over talent*, dan juga eksekutor *content ideation*. Dalam konteks ini, Content Creator Staff tampil di depan kamera untuk berbagai konten berbasis video, membuat narasi audio profesional untuk berbagai kebutuhan, dan serta mengembangkan dan mengeksekusi *content ideation* menjadi konten final. *Content ideation* yang dieksekusi oleh Content Creator Staff merupakan konten video untuk media sosial yang dibuat oleh subdivisi Digital Marketing. Selain itu, Content Creator Staff dalam membuat konten *event* atau *merchant*, tidak berdasarkan *content ideation*, melainkan dari *outline content* yang dibuat dari internal subdivisi *content creator* sendiri.

e) Copywriter

Copywriter Staff berperan dalam berbagai bentuk konten tekstual yang persuasif, informatif, dan selaras dengan *brand voice* serta *campaign messaging*. Copywriter Staff di YUKK Indonesia bertugas dalam *copywriting* artikel, *scriptwriting*, dan juga *caption*. Dalam spesialisasi artikel, Copywriter Staff bertugas untuk menulis *long-form content* seperti *blog posts*, artikel *website*, *press release*, dan konten editorial lainnya yang mendukung *content marketing strategy* dan *SEO objectives*. Untuk *scriptwriting*, Copywriter Staff bertanggung jawab mengembangkan *script* untuk *video content*, *advertisement*, *voice over*, dan *audio content* yang akan diproduksi oleh Content Creator Staff, memastikan alur cerita yang *engaging* dan *call-to-action* yang efektif. Dalam pembuatan *caption*, Copywriter Staff bertugas menciptakan *copy* untuk konten media sosial, *digital ads*, dan *promotional materials*.