

BAB II

GAMBARAN PERUSAHAAN

2.1 Tentang PergiKuliner

PergiKuliner merupakan sebuah perusahaan berupa platform digital asal Indonesia yang bergerak di bidang media kuliner, didirikan pada tahun 2015 oleh Oswin Liandow. Dikelola dibawah naungan PT. Online Media Guna dan bertempat di Grogol, Jakarta Barat. PergiKuliner menyediakan informasi dan ulasan restoran dari berbagai kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya dan Medan. Dengan lebih dari 60.000 listing tempat makan dan ribuan ulasan dari pengguna, platform ini menjadi referensi utama bagi pecinta kuliner untuk



Gambar 2. 1 Contoh Iklan PergiKuliner

menemukan tempat makan mulai dari kaki lima hingga restoran mewah.

Sumber: Situs resmi PergiKuliner (2025)

2.2 Filosofi Logo PergiKuliner



Gambar 2. 2 Logo PergiKuliner (2025)

Sumber: Akun Instagram resmi @pergikuliner

1. Ikon garpu dan sendok: Simbol ini secara universal menggambarkan makanan dan pengalaman bersantap. Penggunaan garpu dan sendok sebagai ikon utama mencerminkan bahwa PergiKuliner adalah platform yang berfokus pada aktivitas makan dan eksplorasi kuliner.
2. Tipografi yang modern dan bersahabat: Pemilihan font yang simpel, modern, dan sedikit membulat memberikan kesan ramah serta mudah diakses oleh semua kalangan. Ini menggambarkan bahwa PergiKuliner terbuka untuk siapa saja yang ingin berbagi atau mencari rekomendasi tempat makan.
3. Warna cerah : Warna oranye menyimbolkan semangat, kreativitas, dan nafsu makan cocok untuk tema kuliner. Sedangkan warna biru menggambarkan kepercayaan dan keandalan, mencerminkan misi mereka sebagai sumber informasi terpercaya.

2.3 Visi Misi PergiKuliner

2.3.1 Visi

Memperkaya kualitas hidup masyarakat Indonesia melalui informasi kuliner yang lengkap dan terpercaya. Selain menyediakan direktori restoran, PergiKuliner juga aktif menyelenggarakan acara seperti festival kuliner dan pop up bazaar, serta menawarkan fitur kupon diskon untuk pengguna. Dengan pendekatan yang fokus pada pengguna dan ulasan yang objektif, PergiKuliner juga terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern dalam menjelajahi dunia kuliner.

2.3.2 Misi

Menjadi platform kuliner terpercaya yang membantu masyarakat Indonesia menemukan tempat makan terbaik berdasarkan pengalaman nyata dari para pengguna. Dengan mengedepankan ulasan yang jujur dan informatif, PergiKuliner ingin membangun komunitas pencinta kuliner yang aktif berbagi rekomendasi, sehingga setiap orang bisa mendapatkan referensi makan yang sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka.

Selain itu, PergiKuliner juga berkomitmen untuk mendukung pelaku usaha kuliner lokal melalui promosi digital, *event* kuliner, dan fitur-fitur seperti kupon diskon serta sistem rating yang transparan. Misi ini bertujuan untuk memperkaya ekosistem kuliner Indonesia, mempertemukan pelanggan.

2.4 Struktur Perusahaan



Gambar 2. 3 Struktur Perusahaan

Sumber: Situs resmi PergiKuliner (2025)

Berdasarkan struktur organisasi PergiKuliner, Divisi *Event Marketing* berada di bawah Departemen Pemasaran (*Marketing Department*). Divisi ini bertanggung jawab merencanakan, mengoordinasikan, dan melaksanakan berbagai kegiatan promosi perusahaan dalam bentuk *event*, seperti *Festival* dan *Pop Up Festival*. Selain meningkatkan *brand awareness* PergiKuliner, kegiatan tersebut juga menjadi media promosi bagi pelaku UMKM, khususnya di bidang *food and beverage* (F&B), untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat.

Dalam pelaksanaan setiap *event*, Divisi *Event Marketing* memiliki tanggung jawab mulai dari menyusun konsep acara, menentukan lokasi penyelenggaraan, melakukan pencarian dan akuisisi *tenant*, melakukan koordinasi dengan *tenant* sebelum acara berlangsung, hingga memastikan seluruh rangkaian kegiatan berjalan sesuai rencana. Oleh karena itu, divisi ini tidak hanya berfokus pada pelaksanaan *event*, tetapi juga menjalankan aktivitas komunikasi pemasaran dan *personal selling* sebagai upaya memperoleh *tenant* yang akan berpartisipasi dalam setiap *event*.

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis ditempatkan sebagai *Event Marketing Intern* di bawah supervisi *Public Relation* pada Departemen Pemasaran. Posisi ini berfokus pada aktivitas *personal selling* untuk mendukung pencapaian target *tenant* pada setiap *event* yang diselenggarakan PergiKuliner. Penulis bekerja sama dengan tim *Event Marketing* dalam melakukan pencarian calon *tenant*, menawarkan kerja sama, melakukan negosiasi, hingga mendampingi *tenant* selama proses persiapan dan pelaksanaan *event*.

Adapun ruang lingkup pekerjaan yang menjadi tanggung jawab penulis meliputi:

- melakukan *listing tenant* sesuai dengan tema *event*;
- melakukan *approaching* kepada calon *tenant* melalui WhatsApp, telepon, maupun media komunikasi lainnya;
- melakukan *pitching* dengan menjelaskan konsep *event*, manfaat kerja sama, serta fasilitas yang diperoleh *tenant*;
- melakukan negosiasi terkait biaya partisipasi, lokasi booth, dan ketentuan kerja sama;
- melakukan *follow-up* kepada calon *tenant* hingga tercapai kesepakatan (*dealing*);
- menyusun Surat Perjanjian Kerja Sama (SPK) dan membantu proses administrasi *tenant*;
- melakukan koordinasi dengan *tenant* sebelum pelaksanaan *event*, termasuk proses *loading in* dan *loading out*;
- membantu dokumentasi kegiatan *event* serta persiapan kebutuhan promosi seperti banner, *voucher*, dan perlengkapan pendukung lainnya.

Seluruh aktivitas tersebut merupakan bagian dari implementasi *personal selling* dalam mendukung pelaksanaan *Event Marketing*. Fokus utama pekerjaan penulis bukan hanya memperoleh *tenant*, tetapi juga membangun hubungan yang baik dengan *tenant* agar proses kerja sama dapat berjalan secara efektif hingga *event* selesai dilaksanakan.