

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

Penulis merujuk pada uraian sejarah perusahaan yang diulas dalam *website* resminya, yaitu *ot.id* dimana pada tahun 1948 Orang Tua *Group* memulai debutnya di dunia industri *customer goods* sebagai produsen minuman kesehatan tradisional dengan pabrik yang berlokasi di area Semarang. Produk minuman kesehatan tersebut mendapat apresiasi dari masyarakat sehingga Orang Tua *Group* semakin berkembang pesat dan membuka pabrik kedua di Jakarta.

Orang Tua *Group* semakin memperluas area bisnisnya di tahun 1984 dimana produk higienitas mulai diproduksi dan Orang Tua *Group* berkolaborasi bersama PT. Arta Boga yang berperan sebagai jalur distribusi utama bagi produk Orang Tua ke seluruh Indonesia. Pada waktu ini, perusahaan mendirikan *holding company* bernama ADA (*Attention, Direction, and Action*), yang kemudian berubah nama di tahun 1995 sebagai Orang Tua *Group*, dimana perusahaan melakukan pengembangan usaha, peningkatan kuantitas produk, dan terus melakukan inovasi terhadap keberagaman produknya.

Ketika sudah berganti nama, Orang Tua *Group* juga memperbaharui logonya agar semakin mudah dikenali oleh para konsumen. Kaya akan nilai historis dan keberadaannya yang sudah sangat akrab bagi masyarakat menjadi salah satu keuntungan bagi perusahaan. Orang Tua *Group* mendefinisikan sejumlah nilai yang menjadi dasar atas keberlangsungan bisnis, yaitu: *in God we trust, integrity, relationship, winning spirit*, dan *innovation*. Nilai-nilai inilah yang menjadi pilar penyangga dibalik kesuksesan Orang Tua *Group* sebagai salah satu perusahaan ternama di Indonesia.



Gambar 2.1. Perkembangan Logo Orang Tua Group

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 2.2. Logo Orang Tua Group

(Sumber: <https://ot.id/company#nilai>)

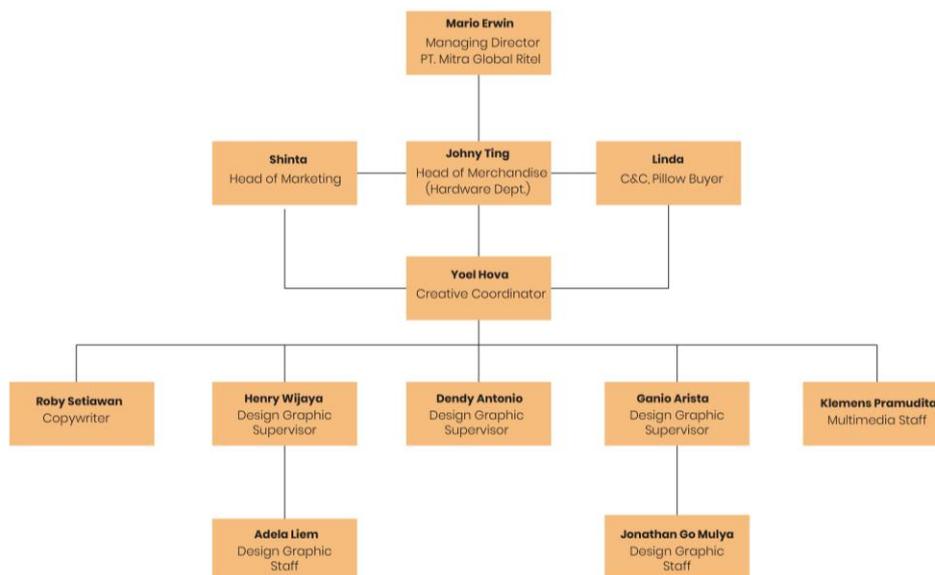
Eksistensi perusahaan yang berhasil menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari membuat perusahaan meraih berbagai penghargaan setiap tahun, seperti *Top Brand Award*, *Indonesia Customer Satisfaction Award*, dan *Superior Taste Award* oleh *International Taste and Quality Institute* Belgia. Dalam perkembangannya, kini Orang Tua Group memiliki sejumlah anak perusahaan, salah satunya PT. Inti Selaras Mandiri yang menghasilkan sejumlah *brand* seperti: JYSK, Scandia, Hias House, MOR, Beau, dan Keizha & Soleha dimana JYSK, Scandia, dan Hias House berfokus pada produk *home improvement*, MOR merupakan *convenience store*, Keizha & soleha di bidang busana muslim wanita, dan Beau yang bergerak di area *beauty products*.

Orang Tua Group juga turut berusaha menyejahterakan kehidupan masyarakat dan meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan dengan membuka peluang untuk menjadi agen OT dengan sejumlah syarat yang mudah untuk dipenuhi. Hingga saat ini, Orang Tua Group masih terus melakukan inovasi tanpa henti dan semakin memiliki bidang usaha yang luas di berbagai sektor, mulai dari sektor pangan, minuman, hingga sanitasi dan perawatan diri. Orang

Tua *Group* juga turut terlibat dan menunjukkan kepedulian dalam komunitas masyarakat secara langsung serta menanggapi berbagai isu seperti pandemi Covid-19, kebersihan lingkungan, komunitas tuna netra Indonesia, bencana alam, pendidikan anak, hingga perbaikan gizi anak Indonesia.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Pada PT. Inti Selaras Mandiri yang berada di bawah naungan Orang Tua *Group*, terdapat struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab pekerjaan antar jabatan. Dalam divisi *design & development* dan berdasar data dari divisi HRD, berikut struktur organisasi perusahaannya:



Gambar 2.3. Bagan Struktur Organisasi

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)