



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Aice

Aice Group Holdings Pte. Ltd. yang terdaftar di Singapura memiliki produk es krim berkualitas yang sehat dan trendi untuk dikonsumsi oleh seluruh lapisan masyarakat, terutama bagi masyarakat di kawasan Asia Tenggara. Selain selalu mengembangkan produk berkualitas, Aice juga memiliki misi sosial yang mulia yaitu membantu masyarakat mendapatkan hidup lebih indah, sesuai dengan slogan Aice yang selalu menyemangati dunia, 'Have an Aice Day.'

Seluruh produk es krim Aice telah lulus uji jaminan keamanan pangan sistem HACCP, BPOM, serta Sertifikat Halal MUI. Pada Desember 2017, Aice meraih penghargaan *Halal Award 2017* Kategori Pendatang Baru Terbaik yang diselenggarakan oleh LPPOM MUI. Selain itu, pabrik Aice yang berlokasi di Cikarang dan telah memiliki Sertifikat Manajemen ISO 9001:2008, telah mendapatkan nilai A atau Sangat Baik dalam implementasi sistem jaminan halal.

Berbagai penghargaan telah diraih Aice melalui produk-produknya yang berkualitas serta etos kerja yang produktif, di antaranya adalah *Excellent Brand Award 2017* dan *Top 5 Netizen Brand Choice Award* dari majalah Warta Ekonomi. Pada 2018, Aice terpilih sebagai satu-satunya es krim pilihan Asian Games 2018 yang mendukung perhelatan olahraga terbesar se-Asia Tenggara tersebut. Setelah berbagai penghargaan di 2018, di awal tahun 2019, Aice menerima 2 penghargaan bergengsi lainnya, yaitu penghargaan kategori es krim *Brand for Good* di ajang *WOW Brand 2019*, sehingga Aice masuk ke dalam jajaran *WOW Brand 300 2019*. Selain itu, Infobank juga memberikan penghargaan untuk Aice di kategori *Better Brand* yang berkomitmen terus menjaga kualitas produk terbaik dengan harga bersaing agar seluruh masyarakat Indonesia memiliki kesempatan untuk menikmati es krim.

Terhadap komitmen ini pula, Frontier Group turut memberikan apresiasi terhadap Aice dengan memberikan penghargaan *TOP Brand* dan *TOP Brand for Kids Award* 2019.



Gambar 2.1 Logo Brand Aice

Aice memiliki visi dan misi perusahaan sebagai berikut :

Visi:

Menjadikan hidup lebih indah dengan slogan “Have an Aice Day”

Memberikan kualitas, kenikmatan, kesegaran, kebahagiaan, inovasi produk es krim kepada konsumen.

Misi:

Aice ingin memberi keuntungan bagi masyarakat agar bisa dengan tenang menikmati es krim berkualitas dengan harga terjangkau.

Selain visi dan misi, Aice juga memiliki nilai-nilai yang diterapkan dalam perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. *A+ Quality*

Aice ingin memberikan produk dengan kualitas terbaik.

2. *Innovation*

Aice memiliki produk es krim yang unik, baik secara rasa maupun bentuk.

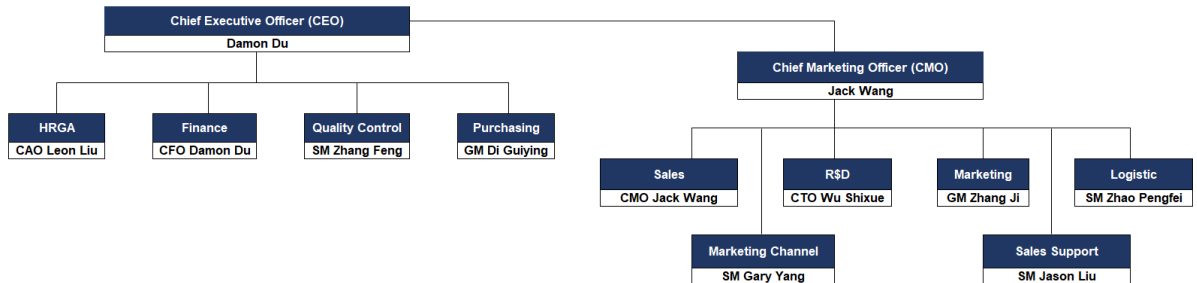
3. *Cheerful*

Aice ingin membagi kebahagiaan kepada masyarakat Indonesia melalui es krim.

4. *Share*

Aice ingin meningkatkan kesejahteraan para *reseller*-nya.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

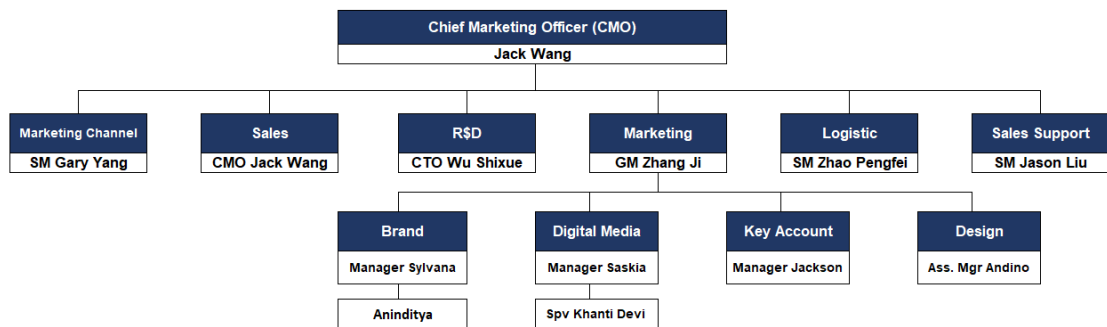


Gambar 2.2 Struktur Perusahaan Aice

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi yang berbeda-beda di mana PT. Alpen Food Industry secara keseluruhan memiliki 8 bagian utama yaitu *HRGA*, *Finance*, *Quality Control*, *Purchasing* yang bertanggung jawab langsung kepada *Chief Executive Officer (CEO)* dan *Sales*, *Marketing Channel*, *RSD*, *Marketing*, *Sales Support*, *Logistic* yang bertanggung jawab langsung kepada *Chief Marketing Officer (CMO)*.

Posisi penulis saat melakukan praktik kerja magang adalah di departemen *Brand* sebagai *Brand Staff Internship*, di mana departemen *Brand* merupakan bagian dari *Marketing*. Departemen *Brand* memiliki banyak fungsi dalam perusahaan Aice seperti melakukan *campaign*, melakukan *media relations*, dan bekerjasama dengan pihak-pihak tertentu untuk meningkatkan *brand awareness* dan menjaga *brand reputation*.

Struktur organisasi *Marketing* adalah sebagai berikut



Gambar 2.3 Struktur *Marketing* Aice

Bagian *Marketing* dibagi dalam beberapa departemen yaitu *Brand*, *Digital Media*, *Key Account*, dan *Design*. Departemen-departemen tersebut memiliki fungsi seperti :

1. *Brand*

- a. Menentukan strategi komunikasi *brand*.
- b. Mengimplementasikan strategi komunikasi *brand* yang sudah ditentukan.
- c. *Media monitoring*.
- d. Mendaftarkan *brand* agar tidak ada pihak yang memakai nama yang sama (*trademark*).
- e. Meningkatkan reputasi *brand* dengan aktivitas *public relations*.

2. *Digital Media*

- a. Membuat strategi setiap bulan untuk kegiatan media Aice.
- b. Mengimplementasikan strategi yang telah dibuat untuk kegiatan media Aice.
- c. Menjalankan, mengelola, dan memantau media sosial Aice.
- d. Menjalankan, mengelola, dan memantau aktivitas *digital* Aice, baik secara internal maupun eksternal.
- e. Memantau pergerakan situs *website* Aice.

3. *Key Account*

- a. Bertanggung jawab atas pencapaian target jumlah *outlet*, target penjualan perusahaan.
- b. Bertanggung jawab untuk mengembangkan *account* baru, negosiasi, dan menandatangani *trading term*.
- c. Melakukan kontrol, *manage*, dan *service* terhadap distributor terkait.
- d. Merencanakan, menjalankan, dan mengevaluasi strategi *marketing* secara nasional.
- e. Membentuk, mengontrol, dan memberikan pelatihan terhadap tim *modern market*.

4. *Design*

- a. Membuat desain kemasan (*packaging*).
- b. Mensupport desain POP material dari *modern market department*.
- c. Mensupport design POP material dari *general trade department*.
- d. Mensupport desain untuk bagian *brand department*.
- e. Mensupport desain kebutuhan *internal corporate* Aice.