

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Kreasi Dapur Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Food & Beverage. Perusahaan ini berpusat di Jakarta dan telah berdiri sejak 22 November 2021. PT Kreasi Dapur Nusantara telah memiliki beberapa brand restoran seperti Wild Bites (*beef box*), Ayam Geprek Lidah Mertua, Pizza Kotak, dan Gulo. Perusahaan ini sekarang memiliki 15 cabang restoran dan cloud kitchen yang tersebar di Jabodetabek.



Gambar 2.1 Logo Wild Bites

Sumber : Data Pribadi Penulis (2023)

Latar belakang didirikannya PT Kreasi Dapur Nusantara adalah karena keinginan para pemilik perusahaan untuk memiliki restoran, namun karena kondisi pandemi covid-19, keinginan tersebut sangat sulit untuk terwujud. Sehingga para pemilik memutuskan untuk membuka usaha rumahan berkonsep restoran virtual atau cloud kitchen. Pada awalnya, cloud Kitchen ini berfokus untuk melayani pesanan-pesanan di platform-platform seperti GoFood dan GrabFood saja. Sampai pada akhirnya PT Kreasi Dapur Nusantara dapat memiliki

15 cabang. Beberapa cabang tersebut merupakan offline store dan juga tetap melayani orderan online di platform GoFood, GrabFood, ShopeeFood dll.

2.1.1 Visi

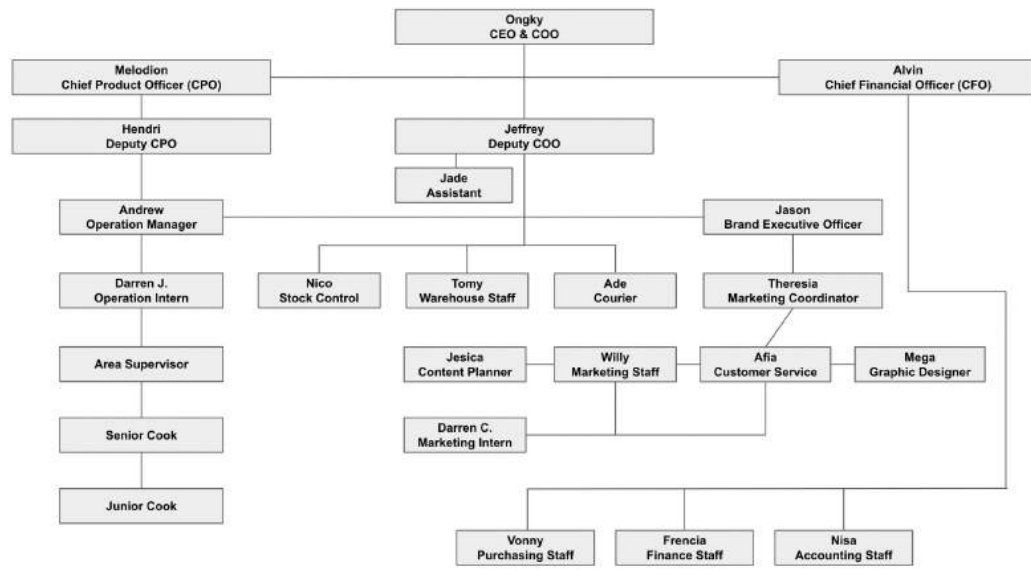
PT Kreasi Dapur Nusantara memiliki visi untuk “Menjadi perusahaan yang terkemuka di bidang Food & Beverage di Indonesia”. Berdasarkan visi misi perusahaan tersebut, PT KDN berupaya untuk berekspansi lebih lanjut lagi sampai cabang kami dapat tersebar luas di seluruh nusantara.

2.1.2 Misi

PT Kreasi Dapur Nusantara memiliki misi untuk menyediakan produk makanan yang berkualitas dengan menjaga standarisasi dalam proses pembuatan produk makanan tersebut dari hulu ke hilir untuk pelanggan-pelanggan kami.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Melampirkan atau membuat bagan struktur organisasi instansi/ perusahaan tempat kerja magang



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber : Data Pribadi Penulis (2023)

Pada Struktur Organisasi memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

1. CEO & COO

Memastikan operasional dan organisasi perusahaan berjalan dengan efektif dan efisien serta memberi arahan dan strategi untuk seluruh organisasi agar bisnis berjalan sesuai dengan target dan visi misi perusahaan. CEO bertanggung jawab untuk membuat keputusan strategis untuk perusahaan, seperti ekspansi bisnis, merger dan akuisisi, dan lain - lain. COO bekerja sama dengan tim operasional untuk mengembangkan kebijakan dan prosedur operasional yang efektif, memastikan semua berjalan sesuai dengan peraturan yang ada, serta mengidentifikasi dan mengatasi masalah operasional. COO berfokus pada peningkatan produktivitas dan kualitas produk atau layanan perusahaan menjadi yang terbaik, pengembangan proses operasional yang lebih baik, dan penggunaan teknologi yang tepat. COO berinteraksi dengan departemen lain, seperti pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia, untuk memastikan adanya koordinasi yang baik antar bagian dan mencapai tujuan bersama.

2. CPO

Bertanggung jawab dalam mengarahkan seluruh divisi yang berkaitan dengan produk makanan yang dijual sesuai dengan kualitas yang seharusnya serta memberi inovasi untuk produk-produk baru. Tugas utama CPO adalah mengembangkan strategi produk secara jangka panjang, termasuk menentukan arah pengembangan produk, fitur, dan roadmap. CPO bertanggung jawab untuk memastikan produk perusahaan sesuai dengan kebutuhan pasar dan visi perusahaan.

3. CFO

Memastikan keuangan perusahaan dalam keadaan sehat, bertanggung jawab dalam perpajakan perusahaan, dan mengarahkan tim purchasing, finance, dan accounting dalam pencatatan keuangan serta formulasi laporan keuangan perusahaan.

4. Operation Manager

Menjadi tangan kanan dari COO dan Deputy COO untuk menjalankan seluruh operasional perusahaan. Memastikan seluruh cabang restoran berjalan dengan baik dan sesuai SOP. Operation Manager bertanggung jawab untuk merencanakan strategi operasional jangka pendek dan jangka panjang perusahaan. Operation Manager bekerja untuk meningkatkan **efisiensi** dan **produktivitas** dalam operasional perusahaan. Operation Manager berperan dalam mengelola rantai pasok perusahaan, termasuk pengadaan bahan baku, manajemen persediaan, pemantauan kualitas, dan kerjasama dengan pemasok dan mitra bisnis terkait. Operation Manager bertanggung jawab untuk memastikan produk atau layanan yang dihasilkan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan. Ini melibatkan penerapan sistem pengendalian kualitas, pengawasan inspeksi, dan pemantauan kepatuhan terhadap prosedur operasional.

5. Brand Executive Officer

Bertanggung Jawab atas seluruh inisiatif-inisiatif marketing, sales, dan ekspansi bisnis seperti pembukaan outlet baru. Serta memastikan brand tersebut berjalan dengan lancar dan efisien. Tugas utama Brand Executive Officer adalah mengembangkan strategi branding yang kuat untuk perusahaan. Ini melibatkan menentukan identitas merek, nilai-nilai merek, pesan merek, dan posisi merek di pasar. Brand Executive Officer melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta mengidentifikasi tren industri. Brand Executive Officer bekerja sama dengan tim pemasaran, penjualan, desain, dan departemen terkait lainnya untuk memastikan pemahaman yang konsisten tentang merek dan memaksimalkan dampak merek dalam semua aspek bisnis.

6. Marketing

Mengeksekusi inisiatif-inisiatif marketing dari Brand Executive Officer. Seperti digital ads, pengiriman makanan ke Influencer dan juga inisiatif offline marketing lainnya. Tugas utama seorang marketer adalah melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku pelanggan. Ini meliputi analisis

tren industri, studi pesaing, dan pengumpulan data konsumen untuk menginformasikan pengambilan keputusan pemasaran. Mengidentifikasi peluang pasar dan mengembangkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pemasaran bertanggung jawab untuk merencanakan dan melaksanakan aktivitas promosi yang efektif. Ini melibatkan perencanaan dan pelaksanaan kampanye periklanan, pemasaran konten, pemasaran digital, iklan media, dan kegiatan promosi lainnya untuk meningkatkan kesadaran merek dan mendukung penjualan. Pemasaran melakukan analisis kinerja pemasaran, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Ini mencakup pengukuran efektivitas kampanye pemasaran, analisis pengeluaran dan pendapatan pemasaran. Pemasaran bertanggung jawab untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan. Ini melibatkan pengembangan program loyalitas pelanggan, manajemen umpan balik pelanggan, dan memastikan kepuasan pelanggan.

7. Stock Control & Warehouse

Memastikan stok bahan-bahan baku seperti daging, beras, bumbu, dan lainnya tersimpan dengan baik dan sesuai dengan stok yang diperlukan. Serta bertanggung jawab atas pengiriman stok dari *Central Kitchen* ke cabang-cabang. Stock Control dan Warehouse bertanggung jawab untuk menerima barang dari pemasok, memverifikasi kualitas dan kuantitasnya, serta memastikan pencatatan yang akurat. Selain itu, mereka juga mengatur pengiriman barang ke pelanggan dengan metode yang efisien dan tepat waktu. Stock Control dan Warehouse mengelola dan mengorganisir ruang gudang agar stok barang dapat disimpan dan diakses dengan mudah. Ini melibatkan pemetaan area penyimpanan, penentuan tata letak yang efisien, serta implementasi sistem penandaan dan pelabelan yang jelas. Stock Control dan Warehouse berinteraksi dengan tim pembelian, produksi, dan penjualan untuk memastikan sinkronisasi yang baik antara persediaan, permintaan, dan pasokan barang. Kolaborasi yang efektif dengan tim lain membantu memastikan pengelolaan stok dan gudang yang lancar.

8. Purchasing

Bertanggungjawab atas pembelian barang-barang dan pencatatan transaksi invoice setiap pembelian. Berkoordinasi dengan pihak stock control dan warehouse untuk memastikan stok yang ada cukup untuk operasional perusahaan. Purchasing bertanggung jawab untuk menyusun rencana pembelian yang efisien dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Melibatkan penentuan prioritas pembelian, penentuan jadwal pengadaan, serta perencanaan anggaran yang tepat. Purchasing bertugas untuk melakukan negosiasi dengan penyedia mengenai kontrak pembelian, termasuk harga, syarat pembayaran, jaminan kualitas, dan persyaratan lainnya. Tujuan utamanya adalah mencapai kesepakatan yang menguntungkan dan meminimalkan biaya pembelian. Purchasing memastikan bahwa barang atau layanan yang dibeli sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan dan dikirim sesuai jadwal yang disepakati. Ini melibatkan pemantauan pelaksanaan kontrak, pengawasan kualitas, dan penanganan keluhan terkait pengiriman atau kualitas. Purchasing menjaga hubungan yang baik dengan penyedia barang atau layanan perusahaan. Melibatkan komunikasi, negosiasi, evaluasi kinerja penyedia.

9. Finance & Accounting

Memastikan cash flow perusahaan berjalan dengan baik, merapikan pencatatan keuangan perusahaan, serta melakukan inisiatif-inisiatif keuangan dari CFO. Serta memastikan setiap transaksi sales masuk ke rekening perusahaan. Finance dan Accounting bertanggung jawab untuk mengendalikan keuangan perusahaan. Ini melibatkan pengembangan dan penerapan kebijakan dan prosedur keuangan, penegakan kontrol internal, serta identifikasi dan mitigasi risiko keuangan. Meliputi perhitungan, pelaporan, dan pembayaran pajak perusahaan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

2.3 Produk Perusahaan

Wild Bites menyediakan 10 menu antara lain : Beef Box Original, Beef Box Mentai, Beef Box Premium Saikoro, Beef Box Teriyaki, Bee Box Mix, dan Beef Box Mozzarella, Beef Box Mix, Chicken Plum, dan Chicken Teriyaki. Menu

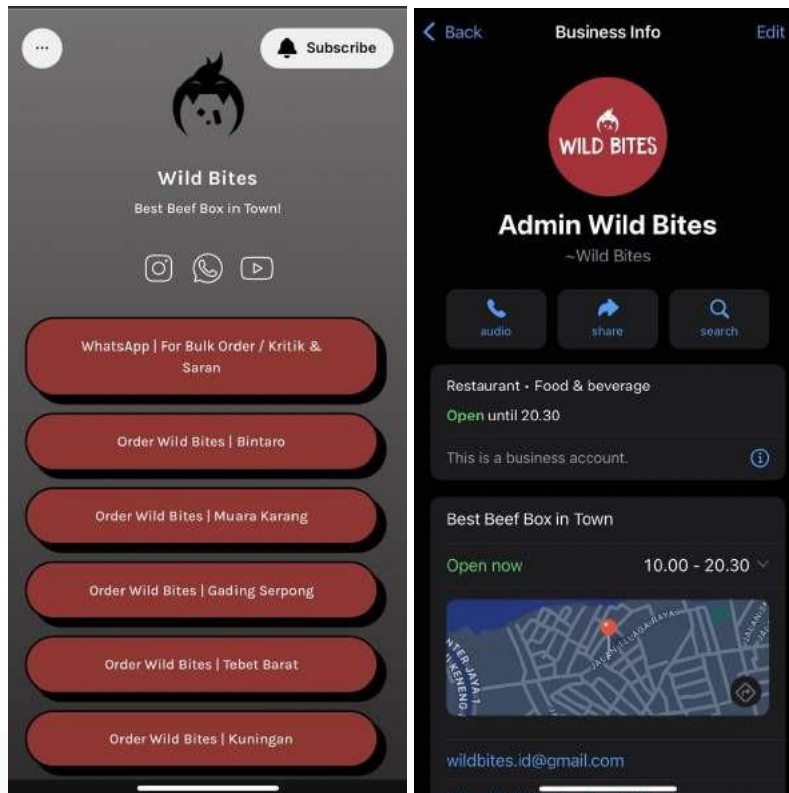
terfavorit dari Brand Wild Bites adalah pertama Beef Box Original, kedua, Beef Box Saikoro, dan yang ketiga Beef Box Mentai.



Gambar 2.3 Menu Wild Bites

Sumber : Data Pribadi Penulis

Dalam menjalankan bisnis brand Wild Bites bekerjasama dengan beberapa *super apps* seperti : Grab, Gojek, Shopee, Traveloka dan Airasia. Wild Bites juga memberikan linktree yang tertera pad bio Instagram mereka yang terhubung dengan aplikasi *supper apps* sehingga, pelanggan yang ingin membeli produk Wild Bites dapat langsung memakannya. Wild Bites juga menyediakan pesanan dalam jumlah besar menggunakan aplikasi Whatsapp.



Gambar 2.4 Tampilan Linktree

Sumber : Data Pribadi Penulis (2023)