

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Indospirit Natura (Healthy Choice)

PT Indospirit Natura (Healthy Choice) adalah sebuah perusahaan produsen, distributor, dan importir produk makanan organik yang memulai kinerja bisnisnya pada tahun 2004. Mendirikan *Organic Store & Restaurant* pertamanya dengan nama Healthy Choice yang memfokuskan pada penyediaan produk organik dengan bahan dasar premium dan pengujian yang ketat sehingga memastikan bahwa produk organik Healthy Choice adalah produk yang berkualitas.



Gambar 2.1 Logo Healthy Choice

Berikut adalah logo *brand* Healthy Choice. Di dominasi dengan warna hijau sebagai *brand identity* Healthy Choice dan di dalamnya juga mencantumkan *tagline* perusahaan yaitu *healthier you starts today*. Dengan begitu logo perusahaan ini dapat menjadi sebuah identitas pengenalan yang membedakan Healthy Choice dengan perusahaan lain. Healthy Choice berdiri karena berawal dari perhatian akan sulitnya menemukan produk organik yang baik pada saat itu maka Healthy Choice melakukan kombinasi antara produk organik yang ada dengan bahan-bahan organik khusus guna menciptakan hidangan sehat yang dikenal saat ini. Healthy Choice mengelola beberapa *brand* mulai dari *brand* lokal yang dikenal dengan Healthy Choice itu sendiri lalu ada beberapa *brand* impor seperti Bob's Red Mill, Bragg,

Woodstock, Little Etoile, Ceres Organic, Chateau, dan Redmond Real Salt Shakers. Seluruh *brand* yang dikelola dipastikan telah melalui pengujian yang ketat dengan pemilihan bahan dasar yang premium sehingga produk yang dihasilkan dari setiap *brand* adalah produk yang berkualitas.

Tentunya masing-masing *brand* berfokus pada pengembangan produk yang berbeda-beda untuk menambah variasi produk organik yang dimiliki Healthy Choice. Seperti *brand* Healthy Choice yang merupakan *brand* lokal yang berfokus pada pemberdayaan petani lokal. Produk-produk yang dihasilkan pun beragam mulai dari beras-berasan, mi, kacang-kacangan, tepung beras, pemanis seperti gula aren, gula sorgum, serta berbagai jenis madu, *virgin coconut oil*, *coconut cooking oil*, dan berbagai makanan ringan. Seluruh produk organik yang dimiliki tidak hanya menyehatkan namun kaya akan nutrisi dan juga terasa lezat.

Produk yang dihasilkan oleh *brand* impor juga beragam seperti Bragg yang terkenal dengan cuka apel, kecap asin, dan *olive oil*, lalu ada Bob's Red Mill yang memiliki produk tepung-tepungan serta *oatmeal*, Woodstock sebagai *brand* yang berfokus pada produk berbagai jenis saus, Little Etoile yang berfokus pada produk puree untuk anak, Ceres Organic yang juga memproduksi produk cuka apel, Chateau yang merupakan produk *seasoning* organik, dan Redmond Real Salt yang berfokus pada produk garam laut. Dengan berbagai jenis variasi produk dari *brand* yang berbeda-beda maka Healthy Choice ingin mengedukasi masyarakat bahwa penting menerapkan pola hidup sehat sejak dini dimana masyarakat bisa mulai mengganti konsumsi makanan mereka sehari-hari dengan produk organik Healthy Choice yang sehat, lezat, dan bernutrisi.

Sebagai perusahaan *pioneer* dalam industri produk makanan organik di Indonesia, Healthy Choice aktif dalam berbagai komunitas organik di Indonesia untuk memberikan edukasi pentingnya penerapan pola hidup sehat. Keterlibatan Healthy Choice dalam berbagai komunitas organik di Indonesia merupakan wujud kontribusi Healthy Choice terhadap masyarakat sekitar untuk kualitas kesehatan masyarakat yang lebih baik. Hal ini diimplementasikan dengan terlibatnya Healthy Choice dalam berbagai *event* yang diadakan oleh komunitas. Dalam hal ini Healthy

Choice turut memperkenalkan produk-produknya serta memberikan edukasi dalam *event-event talkshow* pada kesempatan tersebut.

Dengan *tagline* "Healthier You Starts Today", Healthy Choice selalu berkomitmen untuk memberikan edukasi bahwa penting untuk mengambil keputusan menerapkan pola hidup sehat sedini mungkin agar memiliki kualitas kesehatan yang lebih baik di masa mendatang. Hal ini diimplementasikan pada upaya penyampaian pesan komunikasi yang dilakukan Healthy Choice yang menekankan pada pentingnya penerapan pola hidup sehat. Selain itu Healthy Choice juga terus mengembangkan produk-produknya untuk memastikan bahwa setiap produk organik Healthy Choce yang dikonsumsi masyarakat adalah produk dengan kualitas terbaik dan memberikan beragam manfaat. Perluasan dan inovasi yang dilakukan Healthy Choice terus dilakukan dengan mengekspansi produk-produknya ke berbagai jenis produk organik.

Dengan divisi yang beragam yang saling terkait, Healthy Choice memastikan bahwa penyampaian pesan komunikasi dapat tersampaikan dengan lebih baik. Ekspansi kinerja perusahaan dengan memanfaatkan media digital seperti *e-commerce* dan media sosial juga menjadi salah satu upaya yang dilakukan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Tren hidup sehat yang semakin meningkat saat ini menjadi peluang baik bagi Healthy Choice untuk terus memperkenalkan dan memperluas jangkauan bisnisnya ke masyarakat luas. Dengan begitu, edukasi pentingnya penerapan pola hidup sehat dapat diterapkan oleh masyarakat dalam jangkauan lokal hingga internasional.

2.2 Visi Misi PT Indospirit Natura (Healthy Choice)

PT Indospirit Natura (Healthy Choice) memiliki visi dan misi sebagai perusahaan *pioneer* produk makanan organik antara lain adalah :

VISI

"Menjadi perintis bisnis organik di Indonesia dan dengan demikian menjadi inovator produk organik terkemuka dan paling menguntungkan di Asia Tenggara"

MISI

Department (HRD), IT, Registration, Creative Department, Sales, dan Buyer-Warehouse. Selama proses praktik kerja magang, penulis tergabung ke dalam divisi *Creative Department* yang langsung dibawah oleh supervisi dari Bapak Tedi Hirmawan Budiana selaku Chief Operating Officer Healthy Choice. Dalam divisi ini, semua pengerjaan kreatif dilakukan oleh tenaga kerja yang ada seperti *digital marketing, graphic designer, dan juga content creator.* Divisi ini berfokus pada pengerjaan hal-hal kreatif baik itu dalam media digital maupun media *offline.*

A. Chief Operating Officer

Bapak Tedi Hirmawan Budiana selaku Chief Operating Officer Healthy Choice bertugas untuk mengatur seluruh jalannya kinerja perusahaan dari divisi-divisi yang dimiliki oleh Healthy Choice. Seluruh keberlangsungan setiap divisi akan diatur oleh COO dan memastikan bahwa tujuan perusahaan dapat dicapai dengan kerjasama tim yang baik.

B. Finance Accounting Department

Divisi ini bertanggungjawab pada seluruh perputaran keuangan perusahaan. Di dalamnya, tenaga kerja yang bertugas pun mengelola pengeluaran yang dibutuhkan perusahaan serta memastikan bahwa pemasukkan yang di dapat perusahaan tercatat secara detail dan benar.

C. Legal

Divisi ini adalah divisi yang mengatur perjanjian legal yang berkaitan dengan hukum. Produk-produk Healthy Choice yang telah tersertifikasi pastinya dapat dipertanggungjawabkan secara hukum dan hal inilah yang diatur oleh divisi legal. Beberapa tugas lainnya adalah untuk membuat perjanjian kontrak dengan pihak lain untuk memastikan bahwa setiap perjanjian dapat dipertanggungjawabkan dengan baik.

D. Human Resource Department / General Affairs

Divisi ini merupakan divisi yang berhubungan langsung dengan setiap karyawan Healthy Choice. Mengurus setiap proses *recruitment* untuk

tenaga kerja baru di perusahaan, mengurus kontrak karyawan, dan lain-lain. Pada divisi ini juga memastikan bahwa setiap keperluan yang dimiliki oleh tenaga kerja Healthy Choice dapat terpenuhi dengan baik.

E. Information Technology

Divisi IT ini berperan dalam mengelola peralatan teknologi yang dimiliki oleh perusahaan seperti komputer, *laptop*, *projector*, jaringan Wi-Fi, dan lain sebagainya. Memastikan bahwa semua peralatan teknologi dapat berjalan dengan lancar dan memperbaiki bila ada kerusakan juga menjadi tanggung jawab divisi IT.

F. Registrasi

Divisi ini bertanggungjawab dalam registrasi perusahaan Healthy Choice baik dari segi produk yang didaftarkan untuk sertifikasi BPOM dan lain sebagainya. Apalagi dengan Healthy Choice yang merupakan distributor dan importir produk luar negeri maka registrasi dengan legal menjadi divisi yang bertanggungjawab untuk memastikan bahwa produk-produk Healthy Choice dapat diperjualbelikan di Indonesia.

G. Creative Department

Divisi ini merupakan divisi yang bertanggungjawab dalam mengelola *event-event* kreatif perusahaan. Di dalam divisi inilah penulis menjalankan proses praktik kerja magang. Divisi ini bertanggungjawab mengelola berbagai hal yang berhubungan dengan industri kreatif seperti *marketing event*, media sosial, *website* perusahaan, dan lain-lain.

Dalam divisi ini, penulis melaksanakan pekerjaan selama praktik kerja magang yang berhubungan dengan divisi *sales* dan *warehouse* sebagai divisi yang lingkup kerjanya saling terkait. Ketika melaksanakan tugas untuk melakukan manajemen *event*, tim kreatif akan banyak berhubungan dengan tim *sales* terkait penjualan yang akan dilakukan selama *event* berlangsung. Lalu hubungan juga berlanjut untuk mendiskusikan terkait

produk-produk yang akan ditawarkan yang disesuaikan dari sisi kreatif dan penjualan produk tersebut. Dengan kerjasama bersama divisi *sales* maka keseluruhan kinerja tim kreatif dapat berjalan lebih lancar dengan memerhatikan komunikasi yang efektif.

Sedangkan untuk hubungan dengan divisi *warehouse* atau gudang lebih mengarah pada ketersediaan barang yang dimiliki perusahaan. Hal ini akan memperkuat komunikasi internal perusahaan agar *output* komunikasi kepada pihak eksternal tidak ada miskomunikasi. Dengan hubungan yang erat dengan tim gudang maka dapat dipastikan bahwa setiap kegiatan seperti *event* atau *activation marketing* lainnya didukung juga dengan ketersediaan produk perusahaan. Hubungan dengan tim gudang perlu terus dilakukan sebab distribusi produk memang dibutuhkan oleh berbagai divisi seperti *sales*, *e-commerce*, dan juga tim kreatif. Dengan begitu perlu diperhatikan bahwa setiap upaya *activation plan* yang dilakukan perlu didukung dengan ketersediaan produk yang terdapat di *warehouse*.

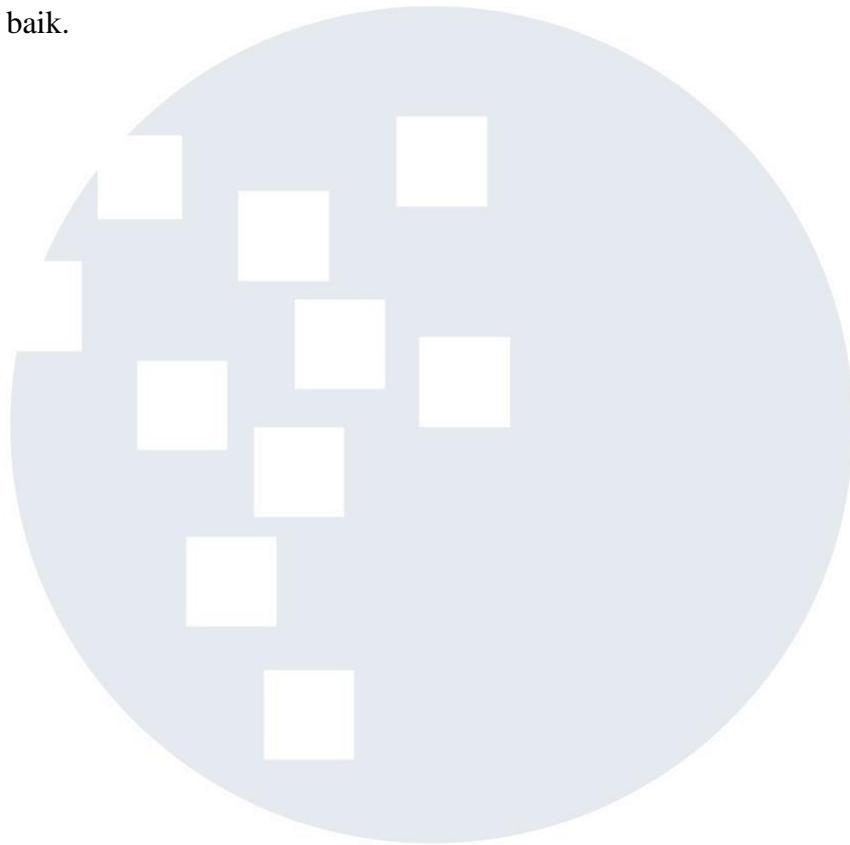
H. Sales Team

Divisi ini bertanggungjawab untuk meningkatkan penjualan perusahaan ke toko-toko maupun konsumen Healthy Choice. Umumnya, divisi ini yang akan membangun hubungan dengan toko-toko retail yang membeli produk Healthy Choice untuk diperjualbelikan lagi di toko mereka. Tidak hanya berfokus pada toko *offline*, di dalam divisi ini juga terdapat *e-commerce* yang menjadi bagian *sales team* untuk penjualan *online*-nya di berbagai *marketplace*.

I. Buyer-Warehouse

Divisi ini merupakan divisi yang bertanggungjawab dalam mengurus stok barang dan memastikan bahwa setiap barang yang habis bisa di *re-stock* ulang dan memberi informasi bila masih ada produk yang berjumlah banyak agar bisa dipromosikan di berbagai media. Dalam divisi ini juga banyak berhubungan dengan gudang penyimpanan produk Healthy Choice untuk

memastikan bahwa stok setiap produk Healthy Choice terkontrol dengan baik.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA