

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Malam Minggu Group

Malam Minggu Group merupakan perusahaan *startup* yang bergerak dalam digitalisasi di bidang *food and beverages* dan telah berdiri sejak tanggal 01 Februari 2019. Malam Minggu Group yang dipimpin langsung oleh Bapak Michael Kusuma, telah berhasil mendirikan PT sebagai bentuk perlindungan hukum atas hak kekayaan intelektual dari setiap *brand* yang berada di bawah naungannya. Itulah mengapa, PT Kapitol Era Mas menjadi nama pionir yang mewakili seluruh *brand* dari Malam Minggu Group.



Gambar 2.1 Logo Malam Minggu Group

Sumber : malamminggugroup.com

Berikut ini merupakan *brand* yang tergabung di bawah naungan PT Kapitol Era Mas (Malam Minggu Group) diantaranya: 1) Nasimura; 2) Mimura; 3) Ramenmura; 4) Steak 17; 5) Nikmat Bahari; 6) HeiYou; 7) Gopan; 8) Nasi Kulit Malam Minggu; 9) Nasi Gila Bucin; 10) Baker Time; 11) Roti John XL; 12) Nasi Kulit Jempolan; 13) Es Teh Jempolan; 14) Corndog Master; dan 15) Mister Fries.

Nasi Kulit Malam Minggu merupakan salah satu *brand* yang terbukti berhasil memenangkan berbagai penghargaan, seperti pelopor nasi kulit *crispy* nomor 1 di Indonesia. Terdapat variasi menu yang menarik dari *brand* Nasi Kulit Malam Minggu. Contohnya Nasi Kulit Ayam *Crispy*, yang menyatukan konsep tradisional serta modern. Daging ayam akan dimasak secara terpisah dengan kulitnya. Keduanya dibaluri tepung, kemudian di goreng. Cara

penyajianya pun sederhana, dengan nasi dan sambal bawang. Cabang Nasi Kulit Malam Minggu sudah tersebar hampir di seluruh kota di Indonesia. Nasi Kulit Malam Minggu berhasil menjadi *trendsetter* dan menempati posisi *top of mind brand* dalam benak masyarakat. Beberapa prestasi yang telah ditorehkan oleh *brand* adalah ketika Nasi Kulit Malam Minggu menerima penghargaan “*The Best Business Opportunity To Invest 2020*” dengan kategori “*Chicken Skin Restaurant*” dari Majalah *Franchise*. Kemudian “*Market Leader 2021 In Franchise And Business Opportunity Industry*”, “*Top 1 Indonesia Franchise Award 2021*”, dan “*Platinum Culinary Awards*”.

Malam Minggu Group dalam menjalankan usahanya tidak hanya berfokus dalam mengembangkan pasar Nasi Kulit Malam Minggu saja, tetapi juga terus berinovasi dalam menciptakan beberapa *brand* lainnya. Salah satu *brand* yang didirikan oleh perusahaan dan dikenal luas oleh masyarakat adalah Mimura. Mimura sendiri merupakan *brand* yang menawarkan produk olahan mie dengan menghadirkan 3 kategori menu, diantaranya adalah *Special Menu*, *Original Menu*, dan *Chili Oil Series*.



Gambar 2.2 Logo Mimura

Sumber : Aset Perusahaan, 2022

Dalam kategori *Special Menu*, produk yang diberi nama “Sultan” memiliki ciri khas pedas manis. Sedangkan produk yang diberi nama “Juragan” memiliki ciri khas pedas gurih. Selain itu, terdapat pula berbagai jenis *side dish* untuk melengkapi hidangan utama sebagai penyeimbang rasa juga penampilan. Beberapa jenis *side dish* tersebut diantaranya ada pangsit goreng,

sosis, *scrambled eggs*, sate chikuwa, *fish roll*, bola rambutan, ayam keju, dimsum, sate bakso ikan, dan *cheese tofu*. Ada juga menu minuman yang ditawarkan, yaitu es teh manis, es teh tawar, *hot lemon grass*, *chocolate latte*, *matcha latte*, *matcha hazelnut latte*, *coffee latte*, kopi tubruk, *black coffee*, *hot vietnamese coffee*, *ice vietnamese coffee*, es jeruk, es buah, es teler, *smoothies*, dan *fruits ice cream*.

Meskipun pandemi covid-19 melanda, perusahaan tidak berhenti untuk mengencangkan inovasi terhadap produk-produknya. Malam Minggu Group melihat bahwa industri bisnis F&B benar-benar memiliki peran fundamental dalam mendukung pergerakan ekonomi Indonesia. Lini bisnis yang dijalankan Malam Minggu Group telah memperkuat posisi perusahaan dalam industri *food and beverage*. Namun, perusahaan mengetahui bahwa posisinya berada di tengah-tengah revolusi digital. Hal inilah yang mendasari Malam Minggu Group untuk bekerjasama dengan berbagai pihak, seperti pihak penyedia *platform* pembayaran, misalnya Gopay, OVO, ShopeePay, Fave, dan Traveloka. Tak lupa juga *platform* dari pihak penyedia jasa antar makanan/minuman, seperti GoFood, GrabFood, dan Shopee Food. Semua itu dilakukan dalam rangka menghadirkan kemudahan dan kecepatan bagi masyarakat agar proses penjualan juga meningkat.

2.1.1 Visi Misi

Visi

Menciptakan brand F&B citarasa nusantara bersistem digital yang bisa menjadi *top of mind* dan nomor 1 di Indonesia hingga menembus pasar mancanegara sekaligus meningkatkan jumlah F&B digital *entrepreneurship* muda Indonesia.

Misi

1. Inovasi Melalui R&D Produk

Malam Minggu Grup akan terus berinovasi dalam menciptakan varian produk baru dan mengembangkan produk yang sudah ada untuk menjadi produk yang terbaik dan Nomor 1.

2. Berkolaborasi Secara *Partnership* dengan Pihak Ketiga

Dalam berinovasi, Malam Minggu Grup juga akan berkolaborasi dengan *brand* lokal lainnya agar tercapai kesuksesan bersama.

3. Melakukan Strategi Branding dan Marketing dengan Sustainable

Memasarkan produk pada *target audience* yang tepat agar lebih mudah dalam mendapatkan keuntungan dan penjualan jadi lebih banyak.

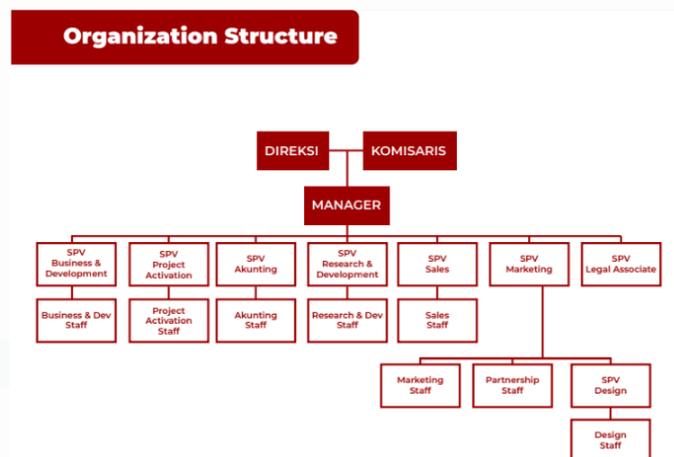
4. Menjalankan Bisnis Secara Digital Melalui Platform Online dan E-commerce

Memperluas jangkauan bisnis dengan menjalankan promosi, penjualan, *food and delivery order, payment* dan pembelian produk melalui berbagai jenis platform digital dan *e-commerce*.

5. Manajemen SDM yang Handal

Manajemen SDM sangat berperan penting untuk mengatur pengelolaan SDM agar memberikan hasil maksimal dan memiliki loyalitas tinggi. Selain itu juga akan memiliki profesionalitas terbaik yang dapat diandalkan untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.

2.2 Struktur Organisasi Malam Minggu Group



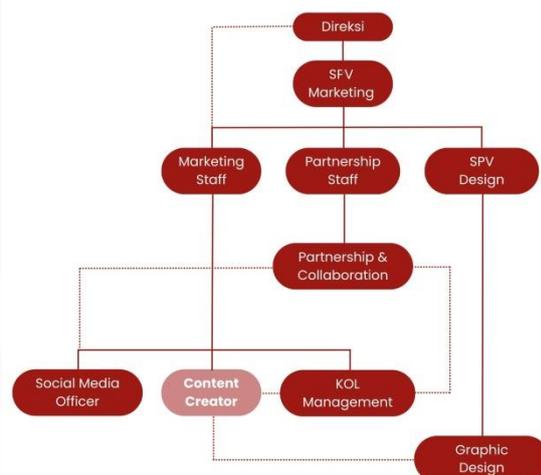
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Malam Minggu Group

Sumber : Aset Perusahaan, 2019

Berdasarkan struktur organisasi dari perusahaan, penulis tergabung dalam Divisi *Marketing*. Divisi ini menaungi 3 sub-divisi, diantaranya adalah *Social Media Officer, Content Creator, dan KOL Management*. Penulis sendiri

ditempatkan pada posisi *Content Creator*. *Content Creator* sendiri akan berperan menjadi *talent* internal perusahaan. Sedangkan kaitannya dengan divisi *KOL Management*, tim *Content Creator* akan membuat *content plan*, sehingga tim *KOL Management* bisa meminta *influencer* terpilih untuk mengikuti *brief* yang telah dibuat. Terdapat juga divisi *Partnership & Collaboration* yang bertugas membuat *campaign* bagi masing-masing *brand*. Divisi tersebut akan bekerja sama dengan tim *Social Media Officer* untuk mencari media *partner* yang cocok dengan *influencer* terkait serta *campaign brand* yang dibuat.

Secara teknis, penulis dibina oleh Elang Rimba Dewata. Namun, penulis juga dipantau langsung oleh jajaran direksi, yaitu Bapak Michael Kusuma selaku CEO atau pemilik perusahaan yang berada pada jajaran direksi. Seperti yang bisa kita lihat pada bagan di atas, supervisi marketing menaungi supervisi *design*. Artinya, divisi *Graphic Design* memiliki kaitan dengan kinerja marketing. Kedua ruang lingkup departemen ini saling berhubungan karena memiliki tujuan yang sama. Namun, penulis tidak ditugaskan untuk menangani semua *brand*, masing-masing anggota memiliki pembagiannya masing-masing sesuai arahan mentor. Penulis sendiri diminta untuk menangani *brand* Mimura.



Gambar 2.4 Susunan Struktur Divisi Marketing

Sumber : Olahan Penulis, 2023

1. Direksi

Dalam perusahaan, direksi merupakan bagian yang memiliki wewenang untuk mengatur dan mengurus seluruh kinerja perusahaan. Direksi memegang kendali atas pengambilan keputusan penting yang akan menjadi roda dari jalannya sebuah perusahaan. Tugas direksi tak lain adalah memimpin serta membimbing seluruh tim, baik untuk membuat, merencanakan, dan menyampaikan visi misi perusahaan yang dipimpin langsung oleh Bapak Michael Kusuma.

2. Komisaris

Komisaris merupakan bagian dari perusahaan yang bertugas mengawasi jalannya operasional perusahaan. Posisi ini bertanggung jawab untuk memberikan saran operasional bagi perusahaan, bahkan memiliki hak untuk menerapkan berbagai kebijakan untuk kepentingan perusahaan. Komisaris harus memastikan bahwa setiap sarana dan prasarana yang menunjang keberlangsungan perusahaan sudah tersedia dengan baik. Posisi ini ditempati oleh Bapak Calvin Dio, komisaris sekaligus orang yang merangkap jabatan menjadi supervisi *graphic design*.

3. Manager

Manager merupakan orang yang diawasi langsung oleh jajaran direksi. Hal ini dikarenakan manager memiliki wewenang untuk memimpin alur manajemen perusahaan, bahkan harus mengawasi setiap supervisi yang bekerja mengarahkan para *staff* terkait dan peserta magang. Posisi ini dipegang oleh Ibu Yudith Imelda yang juga berperan selaku supervisi *Research & Development*. *Research & Development* sendiri memiliki keterkaitan tidak langsung dengan divisi marketing. Divisi ini bertugas untuk mencatat pendataan terkait bahan baku dan *outlet* mana saja yang memiliki peningkatan yang baik untuk dibuatkan konten *entertaining*.