

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Foods Beverages Indonesia

PT. Foods Beverages Indonesia merupakan salah satu business unit yang dimiliki oleh Kawan Lama Group. PT. Foods Beverages telah berdiri sejak tahun 2011 dengan *brand* pertamanya yakni Chatime. Hingga kini, PT. Foods Beverages Indonesia telah memiliki beberapa *brand* makanan dan minuman mulai dari Chatime, Chatime Atealier, Cupbop, Gindaco, dan Go! Go! CURRY – Genki No Minamoto dengan total jumlah lebih dari 500 store yang tersebar di seluruh Indonesia.



Gambar 2.1 Logo PT. Foods Beverages Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

PT Foods Beverages Indonesia pada eksistensinya juga merupakan bagian dari Kawan Lama Group. Dalam struktur organisasi perusahaan Kawan Lama Group, PT Foods Beverages Indonesia merupakan salah satu anak perusahaan Kawan Lama Group yang bergerak dalam sektor makanan dan minuman di Indonesia.

Kawan Lama Group sendiri merupakan salah satu perusahaan yang memiliki banyak sub unit yang mewakili beberapa sektor, yang dalam operasionalnya dipimpin oleh keluarga inti pendiri Kawan Lama Group. Karena Kawan Lama Group, merupakan perusahaan bisnis milik keluarga.

Atas dasar tersebut, CEO dari PT Foods Beverages Indonesia yakni Bapak Devin Widya Krisnadi juga merupakan salah satu anggota keluarga dari pendiri

Kawan Lama Group yang dipercaya untuk menjadi direktur dari PT. Foods Beverages Indonesia.

2.2 Visi Misi PT Foods Beverages Indonesia

PT Foods Beverages Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

a) Visi

Lebih dari bisnis keluarga, kami adalah bisnis untuk keluarga.

b) Misi

Memberikan nilai tambah untuk kehidupan yang lebih baik melalui pengembangan bisnis dan pertumbuhan berkelanjutan

c) Value

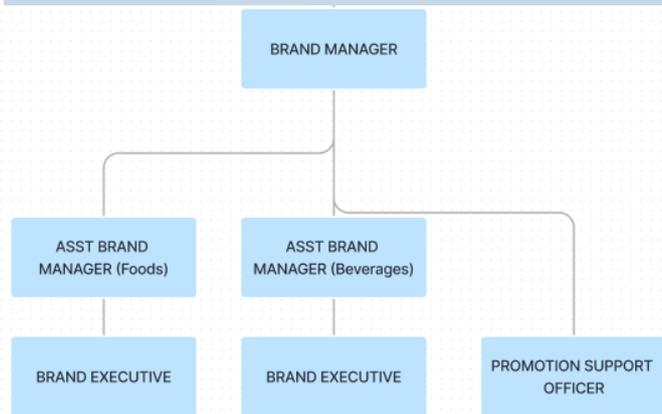
Terdapat beberapa value yang dimiliki oleh PT Foods Beverages Indonesia, yakni sebagai berikut,

Tabel 2.1 Value PT Foods Beverages Indonesia

Value	Makna
<i>We Serve</i>	Pelanggan adalah inti dari fokus kami. Kami akan terus berupaya untuk melayani pelanggan dengan sepenuh hati.
<i>We Deliver</i>	Kami akan terus membawa dan memberikan sebuah hasil karya terbaik bagi pelanggan.
<i>We Innovate</i>	Kami percaya bahwa inovasi penting. Untuk itu, Kami berupaya untuk terus berinovasi melalui karya produk yang kami sajikan kepada pelanggan.
<i>We Have Fun</i>	Kami selalu berupaya untuk menciptakan sebuah keseimbangan. Bagi kami, berbagi keseruan dapat menjaga keseimbangan kami.
<i>We Don't Stop</i>	Kami percaya bahwa karya kami tidak selalu sempurna. Untuk itu,

kami selalu berupaya untuk terus tetap memberikan yang terbaik kepada pelanggan.

2.3 Struktur Organisasi Divisi Brand PT Foods Beverages Indonesia



(Gambar 2.2 Struktur Organisasi Tim Brand)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Divisi *Brand* merupakan salah satu bagian dari Departemen Marketing yang bertanggung jawab dalam proses eksekusi kampanye, program event yang relevan kepada konsumen atau pelanggan atau masyarakat Indonesia. Tujuan Divisi *Brand* yaitu untuk meningkatkan citra, reputasi setiap *brand* yang dimiliki oleh PT Foods Beverages Indonesia serta meningkatkan sales di setiap *brand*-nya. Adapun tugas dari divisi *brand* sebagai berikut,

1. Melakukan *push promotions* untuk meningkatkan *sales* atau *traffic* di setiap stores pada semua *brand*.
2. Mengumpulkan *insight competitors*, survey internal dalam hal perilisan NPL (*New Product Launching*), atau *opening stores*.
3. Mengadakan event *online* atau *offline* untuk meningkatkan *awareness* atau *knowledge* masyarakat terhadap *brand* yang dimiliki oleh PT Foods Beverages Indonesia.

4. Berkolaborasi dengan *third parties* untuk melakukan perilisan produk, Kolaborasi yang dilakukan bisa berdasarkan *barter value partnership*, atau *seasonal series (short-term)*.

Pada divisi brand, terdapat beberapa *role* atau jabatan yang berbeda-beda. Tentunya, dengan adanya perbedaan pada role tersebut, tugas atau tanggung jawab antar *role* juga berbeda-beda. Adapun tugas masing-masing role pada Divisi *Brand* sebagai berikut,

A. Brand Manager

1. Melakukan *monitoring* terhadap *planning execution* terkait aktivitas kampanye atau event yang akan diselenggarakan.
2. Membuat *budget* dan memproses *Budget Approval* kepada General Manager atau CEO terkait dana kebutuhan dalam waktu bulanan.
3. Melakukan evaluasi program atau kinerja tim secara bulanan.
4. Memimpin kegiatan rapat, diskusi, serta pengambilan keputusan baik itu *MoU Agreement*, SPK (Surat Perjanjian Kerjasama) dengan vendor atau *third parties*.
5. Melakukan monitoring di setiap *store* untuk memastikan stok kebutuhan setiap outlet di seluruh *brand*, serta pengecekan sales guna untuk meninjau store mana saja yang butuh di support lebih.
6. Memberikan *brief* kepada email store terkait program marketing yang akan berlangsung di beberapa waktu ke depan.

B. Assistant Brand Manager

1. Melakukan perencanaan dan gambaran besar terkait ide strategi kreatif kegiatan event secara *offline* atau *online* yang akan dilakukan. Perencanaan atau gambaran besar dikaitkan dengan pemilihan lokasi (*venue*) event tersebut, hingga konsep dan tema event yang akan dilakukan.
2. Melakukan asistensi proposal kerjasama vendor atau *agency* untuk kegiatan event yang akan berlangsung.

3. Melakukan monitoring terhadap pelaksanaan event yang sedang berlangsung, sekaligus memberikan evaluasi lapangan saat event sedang berjalan.
4. Membantu penyusunan deck konsep, *execution planning*, hingga *evaluation points* kepada tim.
5. Melakukan *report* bulanan kepada Brand Manager untuk kampanye yang dilakukan.

C. Brand Executive (*Full-Time*)

1. Melakukan riset terkait activity program yang akan dilakukan.
2. Melakukan *planning*, perencanaan program, serta hal-hal lain yang diperlukan.
3. Melakukan assist lead untuk *discuss*, rapat internal-external, serta perjanjian *agreement*.

D. Promotion Officer

1. Berkolaborasi dengan pihak eksternal (GrabFood, Go-Food, dan Shopee Food) untuk masing-masing brand guna *push notifications*, dan *push promotions* di aplikasi jasa layanan tersebut.
2. Melakukan pengecekan *tell button* dan *article* POS (mesin kasir) terkait promosi yang sedang berjalan.
3. Memberikan brief kepada store nasional terkait program promosi yang akan berjalan atau sedang berjalan.

E. Brand Executive (*Intern*)

1. Memimpin Program Chatime Goes to School.
2. Melakukan marketing administrasi dengan melakukan update di *database* tim internal terkait kebutuhan *in-used*, jumlah produk yang dikeluarkan untuk eksternal, biaya percetakan materi promosi, hingga *request voucher* dan proses *reimbursement*.

3. Mempublikasikan materi promosi di beberapa kanal mulai dari TV *Head Office*, KL Blast, serta kolaborasi dengan pihak mall terkait promosi yang sedang berjalan.

