

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Tahoee Pranata Indonesia



PT Tahoee Pranata Indonesia

Gambar 2.1 Logo PT Tahoee Pranata Indonesia

Sumber: Data PT. Tahoee Pranata Indonesia

PT Tahoee Pranata Indonesia adalah perusahaan industri jasa makanan dan minuman yang berbasis di Tangerang yang didirikan pada tahun 2018 oleh Trio Pranata Hartawan Sim dari tempat kelahirannya di Jambi. Semuanya dimulai dengan satu merek makanan bernama Tahoee, yang menjual berbagai produk berbahan dasar kedelai seperti tahu kari dan susu kedelai. Tahoee secara bertahap mengembangkan perusahaannya seiring berjalannya waktu. Perusahaan ini meluncurkan tiga merek baru pada tahun 2019: Butterlicious, Kari Pak Satrio, dan Ladybee Taiyaki.

Bagi investor yang ingin membuka cabang di kotanya, perusahaan menawarkan peluang waralaba. Seiring berkembangnya cabang PT Tahoee Pranata Indonesia di seluruh Indonesia, perusahaan ini menjadi terkenal pada tahun 2020. Ia menguasai sepuluh cabang pada tahun 2023, dan akan ditambahkan lebih banyak lagi di kemudian hari. Selain jaringan cabangnya yang luas, perusahaan mempromosikan produknya di media sosial dengan membuat akun untuk setiap mereknya dan menggunakan Facebook, Instagram, dan TikTok untuk berinteraksi dengan pengguna. Dalam upaya membangun hubungan yang lebih kuat dengan kliennya, PT Tahoee Pranata Indonesia menggunakan media sosial selain pasar

online seperti Tokopedia, Shopee, Gojek, dan Grab untuk inisiatif pemasaran dan pertumbuhan bisnis. Visi yang ada pada PT Tahoe Pranata Indonesia yaitu Menjadi perusahaan internasional melalui kemitraan di seluruh Indonesia dan luar negeri. Misinya adalah menjadi perusahaan yang mensejahterakan karyawan dan memuaskan pelanggan serta berperan serta sebagai penggerak perekonomian Indonesia.

Dalam suatu perusahaan sangat penting mengetahui kelebihan ataupun kekurangan yang dimiliki. Maka dari itu diperlukan analisis SWOT yang merupakan singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Menurut Freddy Rangkuti (2016) pengertian analisis SWOT adalah usaha yang dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan pada saat yang sama dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman. Lalu akan berpengaruh juga terhadap tindakan yang akan dilakukan dalam hal yang berkaitan dengan persamaan yang akurat dan tepat. Dalam hal ini tujuan dalam pengetahuan yang akan dilakukan. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu perusahaan.

Dengan melakukan analisis SWOT maka perusahaan akan menemukan *target market*. Hal ini akan mempercepat penjualan produk. Kemudian perusahaan akan mengetahui hal-hal apa saja yang harus mereka waspadai dan kembangkan. Perusahaan juga dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan mereka dan mengatasi tantangan yang dihadapi. Untuk menganalisis PT Tahoe Pranata Indonesia, kita perlu mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan. Berikut adalah potensi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang mungkin terkait dengan PT Tahoe Pranata Indonesia:

Tabel 2.1 Analisis SWOT PT Tahoe Pranata Indonesia

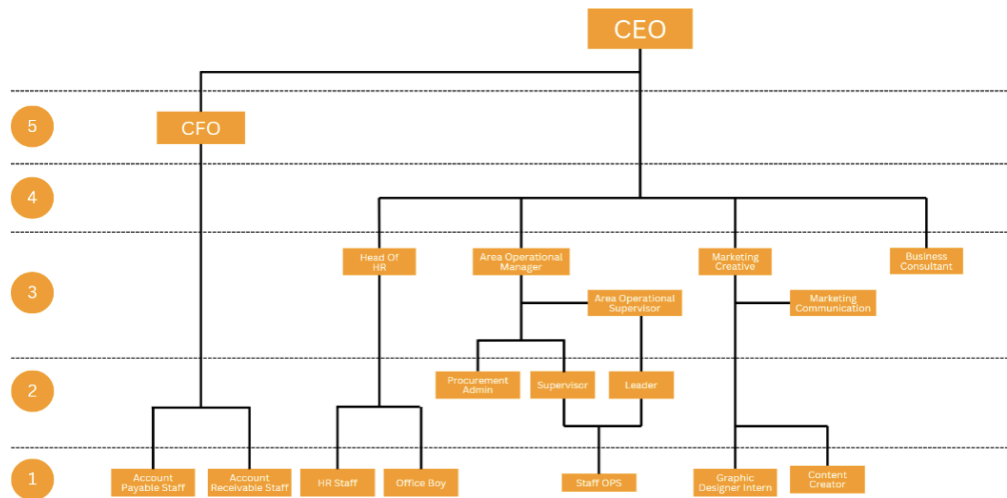
FAKTOR INTERNAL	FAKTOR EKSTERNAL
<p><i>Strengths</i></p> <p>1. Perusahaan dengan produk</p>	<p><i>Opportunities</i></p> <p>1. Masih belum terlalu banyak</p>

<p>Taiyaki yang masih jarang dijual di Indonesia</p> <ol style="list-style-type: none"> Menggunakan bahan baku khusus dari produsen yang memang bekerjasama oleh PT Tahoe Pranata Indonesia Bukan hanya berfokus pada penjualan produk tapi PT Tahoe Pranata Indonesia juga membuka kemitraan 	<p>kompetitor di Indonesia</p> <ol style="list-style-type: none"> Dapat melakukan ekspansi pasar dengan menyebarkan kemitraan Dapat membuka lapangan pekerjaan di setiap outlet yang akan beroperasi
<p><i>Weaknesses</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Kurangnya diversifikasi produk Ketergantungan pada pasar tertentu, baik calon mitra ataupun konsumen produk (karena faktor harga) Kualitas produk yang kurang konsisten, yang akan menghilangkan rasa kepercayaan konsumen 	<p><i>Threats</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Kompetitor cepat melakukan inovasi produk dan pemasaran Omset kemitraan yang tidak naik bisa memutuskan kerjasama Harga bahan baku yang naik bisa merugikan omset mitra

Dari tabel 2.1 analisis SWOT PT Tahoe Pranata Indonesia dapat diberikan kesimpulan bahwa adanya faktor internal dan faktor eksternal yang bisa sangat berpengaruh terhadap kondisi perusahaan. Dimulai dari faktor internal yang menyangkut kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), dimana fokus dari kedua ini adalah hal apa saja yang terjadi pada perusahaan dalam membangun citra terhadap konsumen. Kemudian untuk faktor eksternalnya adalah peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), hal ini akan menggambarkan kejadian yang terjadi diluar kendali perusahaan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Tahoe Pranata Indonesia beroperasi dengan efektif melalui kerjasama yang harmonis di antara timnya. Struktur organisasinya terdiri dari elemen-elemen berikut:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Tahoe Pranata Indonesia

Sumber: Data PT. Tahoe Pranata Indonesia

Intern mendapatkan kesempatan untuk melakukan kegiatan magang di PT Tahoe Pranata Indonesia sebagai *Content Creator Staff Intern*. Jika dilihat dari struktur organisasi yang ada di PT Tahoe Pranata Indonesia, *Intern* berkoordinasi langsung dengan *Marketing Creative & Marketing Communication*. Berikut adalah beberapa tugas dari masing – masing divisi yang ada di dalam PT Tahoe Pranata Indonesia:

1. *CEO (Chief Executive Officer)*

Posisi tertinggi di dalam suatu perusahaan. CEO bertanggung jawab dalam membuat keputusan strategis, mengarahkan kegiatan kantor setiap harinya untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. CEO juga berperan penting dalam menetapkan visi, misi, dan strategi jangka panjang perusahaan. Selain bertanggung jawab kepada perusahaan, CEO juga bertanggung jawab kepada para pemegang saham yang ada di dalam suatu perusahaan.

2. *CFO (Chief Financial Officer)*

Posisi manajemen senior dalam perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengelola keuangan perusahaan dan strategi keuangan jangka panjang. Tanggung jawab utama CFO adalah memastikan kesehatan keuangan perusahaan, mengelola risiko keuangan, dan memberikan informasi keuangan yang akurat kepada manajemen dan pemangku kepentingan.

3. *Head Of Human Resources*

Sebagai pemimpin Divisi Sumber Daya Manusia, tugasnya melibatkan perencanaan dan pengelolaan strategi sumber daya manusia perusahaan. Menangani rekrutmen, pelatihan, evaluasi kinerja, dan kebijakan karyawan.

4. *Area Operational Manager*

Bertanggung jawab atas pengelolaan operasional di wilayah tertentu. Memastikan keberlanjutan operasi harian, mencapai target, serta koordinasi antar tim di area yang dikelolanya.

5. *Area Operational Supervisor*

Melibatkan pengawasan langsung terhadap tim operasional di suatu wilayah. Memastikan efisiensi operasional, penyelesaian tugas harian, dan pelaporan status kepada manajemen.

6. *Marketing Creative*

Merancang ide dan konsep kreatif untuk kampanye pemasaran. Terlibat dalam pengembangan materi promosi dan kreatif yang menarik untuk meningkatkan citra merek.

7. *Marketing Communication*

Bertanggung jawab atas strategi komunikasi pemasaran. Menyusun pesan promosi, merancang kampanye iklan, dan berkomunikasi dengan publik untuk meningkatkan visibilitas merek.

8. *Business Consultant*

Memberikan saran dan solusi bisnis kepada klien atau unit internal. Analisis bisnis, perencanaan strategis, dan implementasi perubahan untuk meningkatkan kinerja dan efisiensi.

9. *Procurement Admin*

Menangani proses pengadaan barang dan jasa perusahaan. Berkoordinasi dengan pemasok, memastikan kepatuhan terhadap kebijakan pengadaan, dan menjaga ketersediaan inventaris.

10. *Supervisor*

Bertugas mengawasi dan membimbing tim kerja dalam mencapai tujuan departemen atau proyek tertentu. Memastikan pelaksanaan tugas sesuai dengan standar dan jadwal yang ditetapkan.

11. *Leader*

Memimpin dan mengarahkan tim atau kelompok kerja menuju pencapaian tujuan bersama. Mengambil keputusan strategis, memberikan motivasi, dan menciptakan lingkungan kerja yang produktif.

12. *Account Payable Staff*

Bertanggung jawab atas pengelolaan dan pemrosesan pembayaran kepada pihak eksternal. Memastikan akurasi data keuangan dan kepatuhan terhadap kebijakan perusahaan.

13. *Account Receivable Staff*

Menangani administrasi dan pemantauan piutang perusahaan. Melakukan pencatatan transaksi, penagihan, dan memastikan pembayaran tepat waktu.

14. *Human Resources Staff*

Terlibat dalam kegiatan administratif sumber daya manusia, termasuk rekrutmen, pelatihan, dan pemeliharaan data karyawan.

15. *Operational Staff*

Melaksanakan tugas-tugas operasional harian sesuai dengan pedoman dan prosedur yang telah ditetapkan.

16. *Graphic Designer*

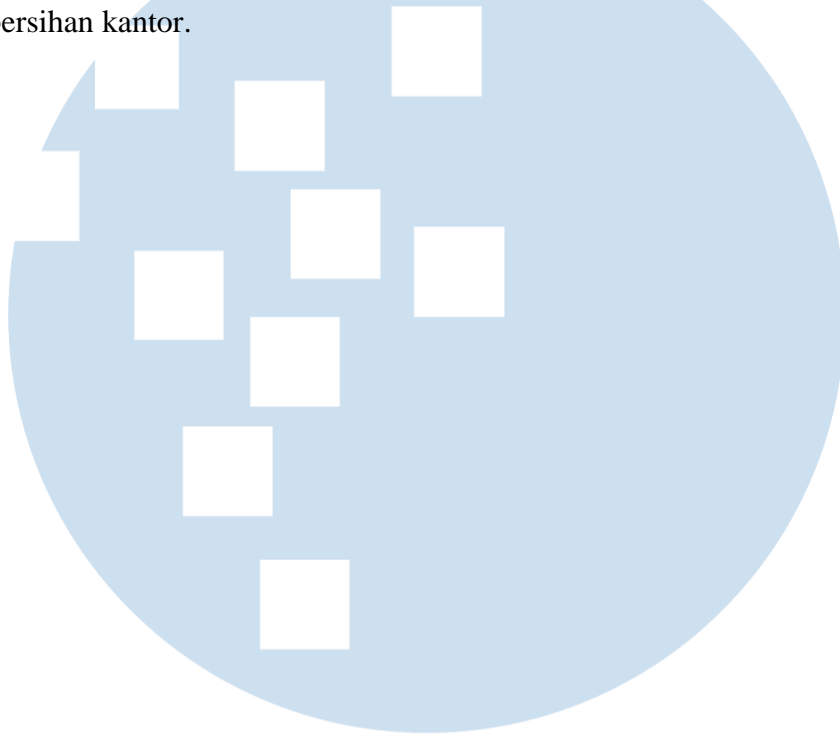
Merancang elemen grafis untuk keperluan promosi dan komunikasi visual. Membuat desain yang menarik dan sesuai dengan identitas merek perusahaan.

17. *Content Creator*

Bertanggung jawab atas pembuatan konten kreatif, baik tulisan, gambar, atau video, untuk keperluan pemasaran dan komunikasi perusahaan.

18. *Office Boy*

Menyediakan dukungan operasional kantor, termasuk tugas-tugas seperti pengantaran dokumen, persiapan ruang pertemuan, dan pemeliharaan kebersihan kantor.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA