

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: PT Tahoee Pranata Indonesia (2024)

Perusahaan PT Tahoee Pranata Indonesia, yang berfokus pada layanan makanan dan minuman, berlokasi di Tangerang, didirikan pada tahun 2018 oleh Trio Pranata Hartawan Sim, berasal dari Jambi. Pada awalnya, perusahaan hanya memiliki satu merek makanan bernama Tahoee, yang merupakan hidangan berbahan dasar kedelai dengan berbagai variasi. Produk Tahoee melibatkan beragam item seperti susu kacang dan tahu kari.

Seiring berjalannya waktu, PT Tahoee Pranata Indonesia secara bertahap mengembangkan bisnisnya. Pada tahun 2019, perusahaan memperkenalkan merek lain, termasuk Ladybee Taiyaki, Kari Pak Satrio, dan Butterlicious. PT Tahoee Pranata Indonesia juga menawarkan sistem *franchising* kepada investor yang berminat membuka cabang di kota mereka, disebut juga sebagai penjualan kemitraan.

Pada tahun 2020, PT Tahoee Pranata Indonesia mulai mendapatkan perhatian masyarakat karena cabang-cabangnya mulai tersebar di seluruh Indonesia. Pada tahun 2024, perusahaan mengoperasikan lebih dari 15 cabang, dan jumlahnya terus bertambah seiring berjalannya waktu. Selain popularitasnya karena jumlah cabang

yang signifikan, setiap merek yang dimiliki oleh PT Tahoe Pranata Indonesia dikenal melalui akun media sosial masing-masing, termasuk Instagram, Facebook, dan TikTok. Pendekatan ini digunakan untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan.

Dalam upaya pemasaran dan ekspansi, PT Tahoe Pranata Indonesia juga memanfaatkan berbagai platform online seperti Tokopedia, Shopee, Gojek, dan Grab. Dengan demikian, perusahaan mengambil langkah-langkah strategis untuk tetap terhubung dengan pelanggan dan memperluas jangkauannya melalui berbagai saluran distribusi dan media sosial.

2.1.1 Visi Misi

a. Visi

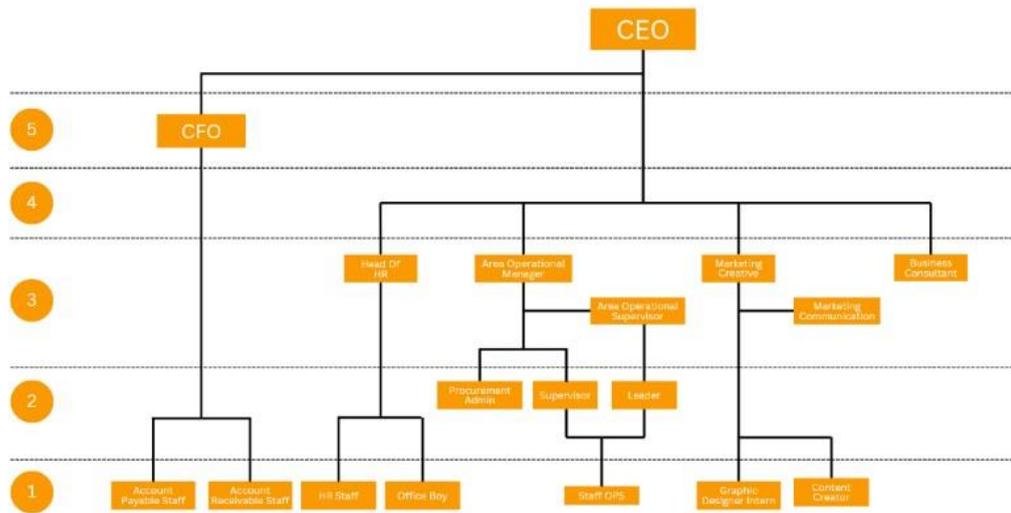
Menjadi perusahaan internasional melalui kemitraan di seluruh Indonesia dan luar negeri.

b. Misi

Menjadi perusahaan yang mensejahterakan karyawan dan memuaskan pelanggan serta berperan serta sebagai penggerak perekonomian Indonesia.

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: Dokumen PT Tahoe Pranata Indonesia

Penulis mendapatkan kesempatan untuk melakukan kegiatan magang di PT Tahoe Pranata Indonesia sebagai *Human Resources* Karyawan Intern. Jika dilihat dari struktur organisasi yang ada di PT Tahoe Pranata Indonesia, penulis berkoordinasi langsung dengan *Head Of Human Resources*. Berikut adalah beberapa tugas dari masing-masing divisi yang ada didalam PT Tahoe Pranata Indonesia:

1. *CEO (Chief Executive Officer)*

Merupakan posisi tertinggi didalam 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 atau dewan direksi yang ada didalam 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.