

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Dailybox 2018

Sumber : Aset milik Daily Group

2018: Lahirnya Dailybox dan Awal Mula Perjalanan

Daily Group didirikan pada tahun 2018 oleh Kelvin Subowo dengan visi dan misi untuk merevolusi industri F&B di Indonesia. Diawali dengan brand Dailybox, Daily Group menawarkan konsep gerai makanan yang menyajikan comfort food dalam bentuk rice box unik. Outlet pertamanya berdiri di Pluit pada Maret 2018. Kolaborasi dengan Chef Juna Rorimpandey di tahun berikutnya menjadi langkah penting bagi Dailybox untuk berkembang pesat.

2019: Ekspansi dan Transformasi Menuju Omni Channel Multi Brand F&B

Seiring perkembangan teknologi, Dailybox mengalihkan fokus penjualan dari outlet menjadi online melalui platform pesan-antar online. Pada tahun 2019, ekspansi bisnis dilakukan dengan membuka cloud kitchen di berbagai kota besar di Indonesia. Dailybox menasar karyawan kantoran sebagai target pasar utama, dengan strategi pemasaran yang kreatif seperti berkolaborasi dengan Chef Juna, Chef Renatta, dan Onic E-sports.

2021-2024: Pertumbuhan Pesat dengan Akuisisi dan Brand Baru

Perjalanan Daily Group terus berkembang pesat. Pada tahun 2021, Dailybox menjelma menjadi Omni Channel Multi Brand F&B dan melahirkan brand baru Shirato, sushi yang dapat dikonsumsi segar dan dilipat seperti burito. Di akhir tahun 2021, Daily Group mengakuisisi Breadlife, brand roti ternama di Indonesia.

Tahun 2022 menjadi tahun penuh akuisisi bagi Daily Group. Dimulai dengan Antarasa, restaurant yang menyajikan makanan bercita rasa lokal Indonesia dengan sentuhan modern. Di tahun yang sama, Daily Group mengakuisisi Lu'miere, toko kue milik Ashanty, penyanyi dan pengusaha terkenal.

Pada tahun 2023, Daily Group meluncurkan brand baru Ayam Amanah, ayam goreng renyah dan juicy dengan dua jenis ayam goreng: bone-in dan boneless. Sendok Garpu Catering (SGC) juga diperkenalkan untuk melayani pesanan massal dan individu.

Di tahun 2024, perjalanan Daily Group semakin gemilang dengan brand terbaru, Nasi Tempong PNS. Brand ini menawarkan menu utama Nasi Tempong dan berbagai lauk, dilengkapi dengan sambal spesial yang pedas dan sesuai dengan selera lidah masyarakat Indonesia. Dalam peluncuran Nasi Tempong PNS, Daily Group berkolaborasi dengan Youtuber terkenal TanboyKun.



Gambar 2.2 Logo Perusahaan

Sumber : *Aset milik Daily Group*

Pemilihan nama Daily Group berasal dari Dailybox dan Group. “Daily” yang berarti Keseharian dan “Group” yang berarti kelompok bisnis dari berbagai macam brand, pada perkembangannya sejak tahun 2018, Daily Group kini memiliki lebih dari 7 brand yang diluncurkan dan memiliki lebih dari 200 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia meliputi pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bali dan Papua.

2.1.1 Visi Misi

Visi dari Daily Group adalah **“To be part of Developed Indonesia”**

Yang berarti Daily Group ingin menjadi bagian dari Indonesia yang maju. Melalui Visi nya Daily group ingin membantu Indonesia menjadi negara yang lebih baik dengan cara :

- Membuat produk yang bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.
- Menciptakan lapangan kerja dan peluang ekonomi bagi masyarakat Indonesia.
- Mendukung peningkatan pendidikan dan keterampilan masyarakat Indonesia.
- Melestarikan budaya dan nilai-nilai luhur bangsa Indonesia.

Visi ini menunjukkan bahwa Daily Group peduli dengan Indonesia dan ingin mewujudkan Indonesia yang maju melalui berbagai aspek yang disebutkan.

Misi dari Daily Group terdiri menjadi 3, yaitu :

- **Development of F&B Industry through Technology and Collaboration**
- **Making an Impact by Innovating through People, Passion and Persistence**

- **Become an Empowering and Sustainable Company for all Stakeholders.**

Daily Group bercita-cita untuk merevolusi industri makanan & minuman Indonesia dengan memanfaatkan teknologi dan kolaborasi. Berusaha membuat dampak positif dengan cara terus melakukan inovasi, yang didorong oleh semangat dan kegigihan para karyawan dari Daily Group. Dengan tujuan untuk menjadi perusahaan yang memberdayakan dan bertindak secara berkelanjutan, tidak hanya menguntungkan perusahaan saja tapi semua bagian dari Daily Group yang terlibat, membangun kerjasama yang adil antara mitra supplier, mendukung pengembangan karyawan, serta berkontribusi kepada seluruh bagian internal maupun eksternal dari Daily Group.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

2.2.1 Struktur Perusahaan

Daily Group merupakan sebuah Perusahaan Start-up Omni Channel Multi Brand F&B yang pertama kali didirikan pada tahun 2018 oleh Kelvin Subowo dengan visi dan misi menyeluruh untuk meningkatkan industri F&B di Indonesia, memberikan dampak melalui inovasi berkelanjutan pada berbagai macam menu dan menciptakan merek baru yang memberikan variasi kepada konsumen. Daily Group mengkategorikan rangkaian produk ke dalam 3 kategori berbeda diantaranya : F&B, Bakery and Pastry. Sekarang Daily Group memiliki bermacam brand yang terdiri dari, Dailybox, Shirato, Breadlife, Antarasa, Lu'miere, Ayam Amanah, Daily Catering dan Nasi Tempung PNS.



Gambar 2.3 Logo Dailybox

Sumber : Aset milik *Daily Group*

Berawal dari Dailybox, sebagai merek pertama yang bergerak pada kategori F&B, memiliki konsep gerai makanan yang menyediakan comfort food dalam bentuk rice box atau kotak nasi yang unik. Dengan outlet pertama yang berdiri di Pluit pada Maret 2018, setahun kemudian mereka menggandeng dan melakukan kolaborasi dengan Chef Juna Rorimpandey, salah satu juri MasterChef Indonesia. Kolaborasi tersebut merupakan langkah penting bagi Dailybox untuk berkembang pesat. Sejak awal berdiri, Dailybox lebih fokus pada penjualan langsung di outlet atau dine in. Namun dengan seiringnya perkembangan teknologi, Dailybox mengalihkan penjualan yang awalnya berfokus pada penjualan di outlet menjadi online dengan menggunakan jasa pesan-antar online, seperti Go-Food dan Grab-Food yang saat itu sedang berkembang dengan sangat pesat. Dengan konsep bisnis yang dimiliki, pada tahun 2019 juga Dailybox melakukan ekspansi bisnis dengan membuka cloud kitchen di beberapa kota seperti Jakarta, Surabaya, Medan, Bali, Makassar, Bandung, Bandar Lampung dan berbagai kota besar lainnya. Tentu mengalihkan fokus penjualan ini memiliki alasan yaitu Dailybox ingin menjangkau pasar yang lebih luas dengan potensi yang tentunya lebih besar dibandingkan dengan mengandalkan penjualan pada outlet dan dine-in saja, terlebih ketika masa pandemi permintaan konsumen lebih banyak memesan makanan secara online menggunakan jasa pesan-

antar. Dailybox menyoar karyawan kantor sebagai target pasar utama mereka. Alasannya, dengan konsep Dailybox yang praktis dan terjangkau sesuai dengan kebutuhan dan budget para pekerja kantor. Untuk menjangkau target pasar tersebut, Dailybox melakukan banyak strategi pemasaran, sebagai contoh : Berkolaborasi dengan Chef Juna, Chef Renatta, Onic E-sports. Strategi ini dilakukan tentu dengan tujuan meningkatkan awareness dari Dailybox dan menjangkau target pasar utama tersebut.



Gambar 2.4 Logo Shirato

Sumber : Aset milik *Daily Group*

Shirato, seiring perkembangan bisnis Dailybox, Pada tahun 2021 Dailybox menjadi Omni Channel Multi Brand F&B dan menjadi sebuah Group perusahaan dengan melahirkan brand baru yaitu Shirato, dengan komitmen merevolusi cara menikmati sushi kapanpun, dimanapun, dan bagaimanapun caranya. Shirato menggabungkan konsep sushi dapat dikonsumsi segar lalu dilipat seperti sebuah burito, memiliki lebih dari 20 gerai di seluruh Indonesia, Shirato menargetkan generasi muda dan milenial yang merupakan pencari informasi yang cepat, mudah bergaul dan pencari kenyamanan.



Gambar 2.5 Logo Breadlife

Sumber : Aset milik *Daily Group*

Breadlife, pada akhir Desember 2021, Daily Group kembali menambah brand baru dengan mengakuisisi Breadlife, dengan 2 alasan utama yang membuat Daily Group mengakuisisi Breadlife yaitu pangsa pasar roti yang besar di Indonesia dan Breadlife sejalan dengan ambisi Daily Group yang ingin hadir di seluruh Indonesia. Dengan konsep take and go pada awalnya, permintaan dine-in meningkat seiring berjalan waktu, membuat Daily Group berinovasi dengan merilis Breadlife Cafe pertama di Puri Indah Mall untuk memenuhi permintaan dine-in, saat ini sudah terdapat lebih dari 5 Breadlife Cafe yang tersebar di seluruh Indonesia.



Gambar 2.6 Logo Antarasa

Sumber : Aset milik *Daily Group*

Antarasa, pada Oktober 2022, Daily Group membuat sebuah restaurant dengan nama Antarasa, memiliki tagline ‘Antarkan Rasa Selera

Nusantara’, menyajikan makanan bercita rasa lokal Indonesia dengan sentuhan modern. Daily Group membuat outlet pertama Antarasa di Pontianak pada Oktober 2022, diikuti dengan dibukanya outlet Antarasa One Satrio dan Antarasa WTC Jambi, dengan ruang makan yang luas, Antarasa menjadi tempat ideal untuk makan siang atau makan malam di kantor, ngobrol bersama teman, dan quality time bersama keluarga. Saat ini Antarasa memiliki lebih dari 5 Outlet yang tersebar di seluruh kota besar di Indonesia.



Gambar 2.6 Logo Lu'miere

Sumber : Aset milik *Daily Group*

Lumiere, di tahun yang sama pada 2022, Daily Group mengakuisisi Lu'miere, sebuah toko kue milik penyanyi dan pengusaha terkenal Ashanty. Sudah berdiri sejak 2020, lalu diakuisisi oleh Daily Group pada tahun 2022 membuat penyanyi yang “Bunda” Ashanty ini menjadi Daily Group Family. Tentu setelah akuisisi Ashanty tidak serta merta melepas Lu'miere kepada Daily Group, tetapi Ashanty masih terlibat dalam aktifitas Product Inovation, Product R&D, dan rangkaian Product Marketing dari Lu'miere tentunya. Memiliki jumlah audiens yang banyak, 34 Juta Followers di Instagram pribadinya, dan 6,51 Juta Subscriber pada Youtube “The

Hermansyah A6” tentu saja dapat meningkatkan awareness dari brand Lu’miere sendiri.



Gambar 2.7 Logo Ayam Amanah

Sumber : Aset milik *Daily Group*

Ayam Amanah, di tahun 2023 bulan maret, Daily Group membuat brand baru dengan nama Ayam Amanah. Dengan konsep ayam goreng yang renyah dan juicy yang menghadirkan kebahagiaan bagi calon konsumen, berbeda dengan ayam lainnya, Ayam Amanah memiliki dua jenis ayam goreng, bone-in untuk pecinta pecinta tulang dan boneless untuk praktis. Menghadirkan cita rasa Indonesia, Ayam Amanah memiliki Sambal Nusantara sebagai sambal khas, yang terdiri dari Sambal Ijo, Sambal Bawang, dan Sambal Kecombrang. Untuk ayam amanah sendiri, Daily Group bekerja sama dengan Atta Halilintar untuk berkolaborasi dalam menjalankan strategi marketing dari Ayam Amanah, tentu dengan banyaknya audiens yang dimiliki oleh Atta Halilintar adalah sebuah daya tarik tersendiri bagi Ayam Amanah.



Gambar 2.8 Logo Tiantea

Sumber : Aset milik *Daily Group*

Tiantea, merek minuman yang diluncurkan oleh Daily Group pada pertengahan tahun 2023, terinspirasi dari konsep Tiongkok yaitu "Tian", yang berarti kehidupan sehari-hari, dan "teh". Dengan tagline #TianteaGakAbisAbis, Tiantea ini menawarkan beragam pilihan minuman teh menyegarkan dengan kandungan buah dan susu, memenuhi beragam preferensi rasa. Setiap kreasi Tiantea bertujuan untuk meningkatkan semangat konsumen dan memberdayakan mereka untuk menjalani aktivitas sehari-hari dengan semangat baru. Komitmen Tiantea terhadap bahan-bahan berkualitas dan kombinasi rasa yang inovatif dengan cepat menjadikan Tiantea sebagai pilihan populer di kalangan masyarakat Indonesia yang mencari pengalaman minuman yang menyenangkan dan bergizi.



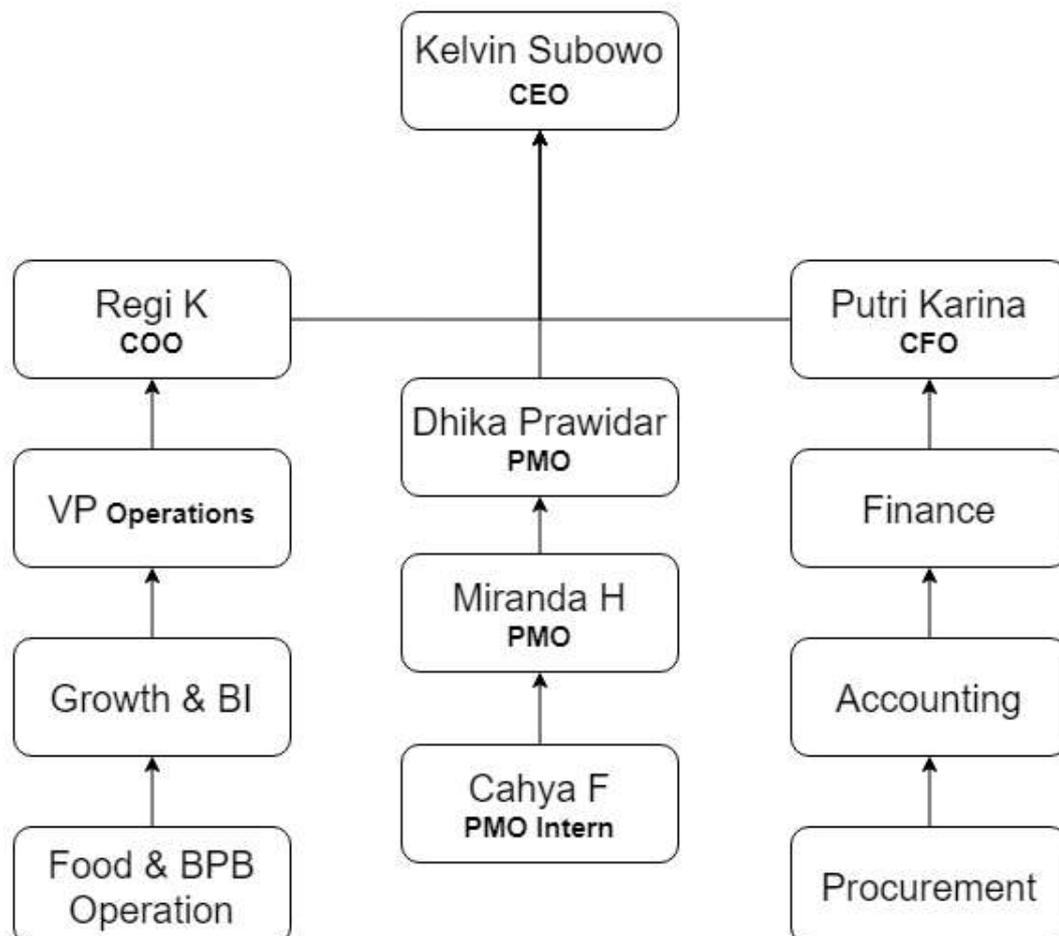
Gambar 2.9 Logo Tempong PNS

Sumber : Aset milik *Daily Group*

Nasi Tempong PNS, merupakan brand terakhir yang baru saja dirilis pada tanggal 25 Maret 2024 ini, dengan outlet pertama yang berada di Puspitek, Tangerang. Nasi Tempong PNS memiliki konsep yang selaras dengan misi dari Daily Group yang ingin menyediakan masakan nusantara, dengan menu utama Nasi Tempong dan berbagai lauk seperti ikan dan ayam

goreng dan dilengkapi dengan berbagai macam sambal spesial yang tentunya pedas dan sesuai dengan selera lidah masyarakat Indonesia. Membuat Nasi Tempong PNS menjadi daya tarik baru dalam bidang kuliner nusantara di Indonesia kedepannya. Pada brand Nasi Tempong PNS, Daily Group menggandeng seorang Youtuber Bara Ilham atau biasa dikenal dengan nama Tanboy Kun, dengan banyaknya audiens baik pada Channel Youtube, Instagram dan Tiktok tentu merupakan sebuah media yang tepat untuk digunakan sebagai strategi utama marketing bagi Nasi Tempong PNS.

2.2.1 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.10 Struktur Organisasi Daily Group

Berikut merupakan susunan struktur organisasi di Daily Group - PT Sendok Garpu Internasional yang dijabarkan sebagai berikut :

1. Chief Executive Officer (CEO)

Sebagai pemimpin tertinggi di Daily Group, *CEO* memiliki tanggung jawab yang luas dalam mengelola keseluruhan perusahaan. Dalam peran ini, *CEO* tidak hanya bertindak sebagai pengambil keputusan strategis, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam menetapkan visi dan misi jangka panjang perusahaan. Misalnya, *CEO* bertanggung jawab atas merumuskan strategi ekspansi perusahaan ke pasar baru, seperti pengembangan produk baru atau perluasan geografis.

2. Chief Operating Officer (COO)

COO di Daily Group PT Sendok Garpu Internasional, memiliki peran sangat vital dalam mengelola operasional sehari-hari dari berbagai merek penjualan yang dimiliki perusahaan. *COO* bertanggung jawab atas koordinasi dan pengawasan langsung terhadap semua aspek operasional, termasuk pengelolaan sumber daya manusia di seluruh jaringan outlet, pengawasan terhadap proses produksi makanan dan minuman, serta memastikan efisiensi dalam seluruh proses operasional. Dalam konteks perusahaan *F&B multibrand omnichannel* seperti Daily Group, *COO* harus mampu mengelola berbagai cabang bisnis dan kanal penjualan yang berbeda-beda dengan lancar dan efisien.

3. Chief Financial Officer (CFO)

CFO di Daily Group memiliki dampak besar dalam pengelolaan keuangan yang efektif dan berkelanjutan bagi perusahaan yang beroperasi di industri *F&B multibrand omnichannel*. *CFO* memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola seluruh aspek keuangan perusahaan, mulai dari perencanaan keuangan hingga pemantauan kinerja keuangan secara keseluruhan. Hal ini

mencakup penyusunan anggaran, pemantauan arus kas, analisis kelayakan investasi, serta pengelolaan risiko keuangan. Di tengah kompleksitas bisnis *F&B* yang melibatkan berbagai merek, outlet, dan kanal penjualan, *CFO* harus mampu mengembangkan strategi keuangan yang memadai untuk mendukung pertumbuhan dan ekspansi perusahaan. Selain itu, *CFO* juga memiliki peran penting dalam menjaga kepatuhan perusahaan terhadap regulasi keuangan yang berlaku serta menghadapi tantangan finansial yang mungkin timbul, seperti fluktuasi harga bahan baku atau perubahan tren pasar.

4. Project Management Office (PMO)

Sebagai bagian integral dari perusahaan *F&B* multibrand dengan tingkat ekspansi yang tinggi, *PMO* (Project Management Office) di Daily Group memiliki peran yang sangat penting dalam menjamin kesuksesan dan efisiensi dalam pengelolaan proyek-proyeknya. *PMO* bertanggung jawab atas manajemen penuh dari berbagai proyek, mulai dari pengembangan hingga implementasi. Ini termasuk pengembangan proses yang efektif untuk memastikan proyek-proyek berjalan sesuai rencana, perencanaan yang cermat untuk mengidentifikasi risiko dan mengatur sumber daya, serta pemantauan progres proyek untuk memastikan tujuan dan jadwal terpenuhi. Dalam konteks perusahaan *F&B multibrand*, di mana ekspansi terjadi secara cepat dan beragam, *PMO* harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dan mengelola beberapa proyek secara simultan.

5. VP Operations

Bertanggung jawab atas operasional keseluruhan perusahaan. Tugasnya mencakup mengawasi semua aktivitas operasional dan memastikan efisiensi dalam proses bisnis.

6. Growth & BI

Bertanggung jawab atas strategi pertumbuhan perusahaan dan analisis data. Fokusnya adalah memahami tren pasar, peluang pertumbuhan, dan memberikan wawasan yang berharga untuk pengambilan keputusan.

7. Food & BPB Director Operation

Direktur Operasional *Food & Bakery, Pastry, and Bread (BPB)* di Daily Group, berperan mengawasi dan mengelola semua aspek operasional yang berkaitan dengan divisi makanan, roti, dan kue. Ini termasuk pengembangan strategi untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan di divisi ini, memastikan kualitas produk sesuai dengan standar perusahaan, dan mengelola rantai pasokan untuk memastikan ketersediaan bahan baku yang tepat waktu. Selain itu, Direktur Operasional *Food & BPB* bertanggung jawab atas pengawasan terhadap proses produksi, pengelolaan inventaris, dan pemantauan terhadap kinerja keuangan divisi. Dalam konteks perusahaan F&B multibrand dengan tingkat ekspansi yang tinggi, Direktur Operasional *Food & BPB* harus dapat mengelola berbagai merek, menu, dan outlet dengan efisien dan efektif. Hal ini mencakup mengkoordinasikan dengan tim *R&D* untuk pengembangan produk baru, memastikan konsistensi rasa dan kualitas di seluruh outlet, dan mengidentifikasi peluang pertumbuhan di pasar makanan dan roti.

8. Finance

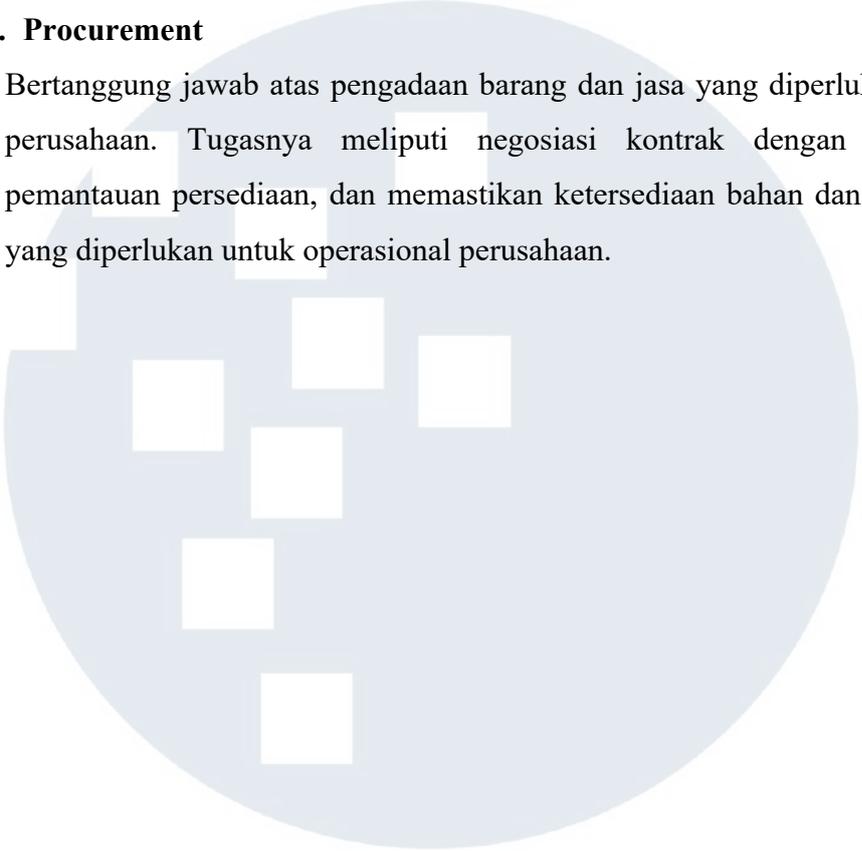
Bertanggung jawab atas manajemen keuangan perusahaan, termasuk perencanaan keuangan, pengelolaan risiko keuangan, dan pelaporan keuangan kepada pemangku kepentingan.

9. Accounting

Bertanggung jawab atas pengelolaan transaksi keuangan sehari-hari perusahaan, termasuk pemrosesan faktur, pencatatan pembayaran, dan penyusunan laporan keuangan.

10. Procurement

Bertanggung jawab atas pengadaan barang dan jasa yang diperlukan oleh perusahaan. Tugasnya meliputi negosiasi kontrak dengan vendor, pemantauan persediaan, dan memastikan ketersediaan bahan dan layanan yang diperlukan untuk operasional perusahaan.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA