

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan Orang Tua Group

Orang Tua Group bermula sebagai perusahaan yang menghasilkan minuman kesehatan tradisional pada 1948, hingga saat ini telah berkembang menjadi perusahaan besar dan terkemuka yang bergerak di sektor FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*). Dengan kesuksesannya, Orang Tua Group berhasil memperoleh penghargaan sebagai *Top Brand Award* seperti yang diberikan kepada produk dengan tingkat kepuasan konsumen tertinggi melalui *Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA)*. Di samping itu, *International Taste and Quality Institute (iTQi)* juga menetapkan Orang Tua Group sebagai perusahaan yang berhak memperoleh pencapaian *Superior Taste Award*.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Orang Tua Group

Sumber: Situs Orang Tua Group (2024)

Dengan memperluas jangkauan perusahaannya, Orang Tua Group tidak hanya meraih prestasi, tetapi juga mengukuhkan dirinya sebagai pemain utama yang memproduksi berbagai macam produk seperti produk makanan dan minuman, berupa biskuit, kacang, coklat, wafer, permen, *snack*, minuman (kesehatan, susu, cincau, kopi, yogurt) air mineral, jelly, teh serta

memproduksi berbagai produk perawatan dan kebersihan seperti pasta gigi, sikat gigi, *mouthwash*, sabun mandi, pisau cukur, sanitasi, tisu basah, dan masker medis. Tidak hanya itu, pada tahun 2010 Orang Tua Group melakukan ekspansi bisnisnya di bidang retail dengan nama perusahaan PT Prima Indonesia Indah yang didalamnya memiliki beberapa merek retail yang bergerak di bidang properti dan *furniture* (Scandia), bidang makanan dan minuman (Gorenc, T'endang, Barasap, Kopi Onoroso, dan Koelit), bidang *convenience store* (MOR Mart) serta bidang minuman alcohol (Bottle Avenue dan Vinyard).

PT Prima Indonesia Indah yang merupakan anak perusahaan dari Orang Tua Group, berkomitmen untuk mengikuti visi "*Go Beyond*" dan misi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka dari itu, memperluas industrinya di bidang *fashion* dengan menawarkan pakaian Muslim wanita yang berkualitas, yaitu Keizha & SOLEHA. Keizha & SOLEHA mempersembahkan gaya modern bagi wanita Muslim muda dan gaya konvensional bagi wanita muslim dewasa.



Gambar 2.2 Logo Keizha & SOLEHA

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Fashion brand lainnya berupa K&S, yang dimana menawarkan pakaian *casual* dengan tampilan sederhana namun berkualitas. K&S mengutamakan kolaborasi dan kreativitas melalui nilai "*Simple but Better.*" K&S juga menawarkan pakaian *casual* dengan kenyamanan sehingga dapat diterima oleh audiens dengan mudah.



Gambar 2.3 Logo K&S

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

2.2 Visi Misi Perusahaan Orang Tua Group

Berikut merupakan visi dan misi perusahaan Orang Tua Group, antara lain:

2.2.1 Visi

Orang Tua Group memiliki visi perusahaan, yaitu *Go Beyond*. Visi tersebut menggambarkan rasa semangat untuk melampaui batasan dan mencapai tingkat keunggulan yang lebih tinggi dari yang diharapkan atau standar yang telah ditetapkan.

2.2.2 Misi

Dalam mencapai tujuan perusahaannya, Orang Tua Group memiliki misi *“We exist to brighten and delight the lives of Customers, Employees, Shareholders, and Society by creating and meeting consumer needs.* Misi ini menyatakan bahwa Orang Tua Group ingin membuat kehidupan pelanggan, karyawan, pemegang saham, dan masyarakat menjadi lebih cerah dan menyenangkan dengan menciptakan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Ini berarti bahwa Orang Tua Group tersebut bertujuan untuk memberikan manfaat positif dan meningkatkan kesejahteraan bagi seluruh pihak yang terlibat dengan cara menciptakan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

2.3 Nilai Perusahaan (*Core Values*) Perusahaan Orang Tua Group

Setiap perusahaan memiliki landasan yang mendasari yang dikenal sebagai *core values* atau nilai inti perusahaan. *Core values* merupakan prinsip-prinsip yang membimbing identitas dan budaya sebuah organisasi, mencerminkan keyakinan, sikap, dan norma yang dianggap penting dalam menjalankan operasi perusahaannya sehari-hari. Dalam setiap langkah yang diambil, keputusan yang dibuat, dan setiap hubungan yang dibangun pastinya akan diiringi dengan *core values*. *Core values* sendiri telah menjadi bagian integral dari sebuah DNA perusahaan yang dimana memiliki peran penting sebagai pondasi dalam mencapai tujuan jangka panjang, memberikan inspirasi bagi setiap karyawan yang bekerja serta membentuk suatu budaya perusahaan. Berikut merupakan *core values* yang dengan konsisten diterapkan, antara lain:

1. *In God We Trust*

Orang Tua Group selalu mengedepankan Tuhan disetiap langkahnya, maka arti dari nilai “*In God We Trust*” mengartikan bahwa kita sebagai bagian dari perusahaan maka dalam setiap tindakan, karya serta pencapaian yang dilakukan harus taat kepada-Nya.

2. *Integrity*

Dalam bekerja, penting bagi anggota perusahaan untuk selalu bersikap jujur bahkan tidak untuk melakukan kompromi terkait hal menyimpang dan kecurangan serta harus berani mengungkapkan pendapat dengan terbuka, dan memiliki rasa bertanggung jawab atas tindakan yang telah diambil.

3. *Relationship*

Nilai “*Relationship*” mengartikan bahwa setiap antar pelanggan, karyawan, pemegang saham serta masyarakat perlu untuk menjaga hubungan yang sehat, memiliki sikap saling mendukung, saling memperkuat satu sama lain. Hal ini guna mencapai kesejahteraan bersama dan tujuan dari perusahaan dengan dasar kepercayaan, empati,

transparansi, saling menghormati, dan, dengan tujuan untuk mencapai dan meningkatkan kesejahteraan bersama.

4. *Winning Spirit*

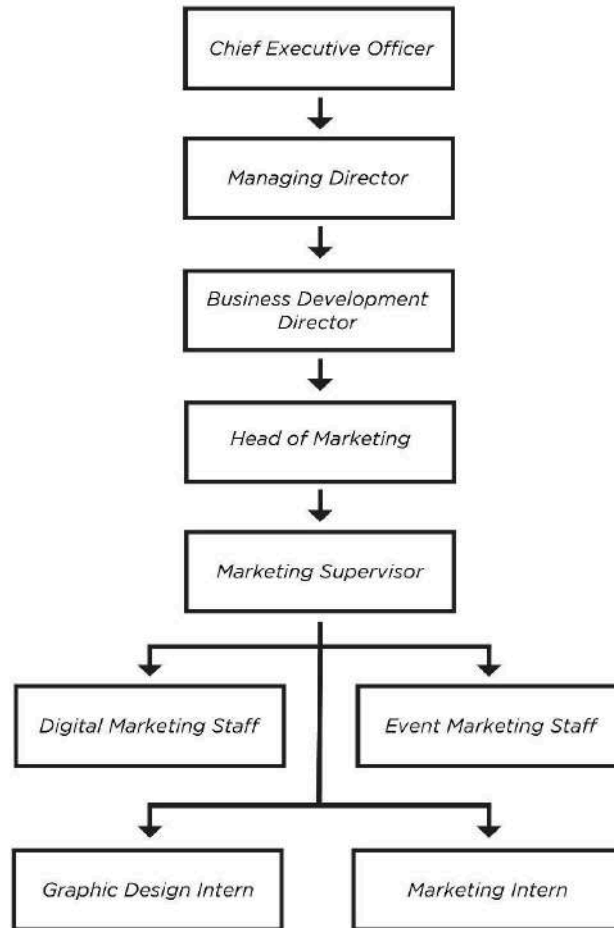
Nilai “*Winning Spirit*” memberi arti bahwa sebagai bagian dari perusahaan, kita harus memiliki jiwa dengan penuh keinginan yang kuat dan semangat untuk menjadi yang utama dalam mengalahkan rintangan dalam seluruh aspek. Hal ini juga melibatkan sikap mental yang positif, kesiapan untuk menghadapi tantangan, komitmen untuk bekerja keras, dan tekad yang tak tergoyahkan untuk terus berkembang dan belajar, sehingga hasil kerja yang diberikan dapat semakin membaik dari waktu ke waktu.

5. *Innovation*

Nilai “*Innovation*” bermakna bahwa harus selalu siap dalam menghadapi dan beradaptasi terhadap suatu perubahan, . menerapkan perkembangan teknologi, memiliki kecerdasan dalam menelaah, mengeksplorasi, dan menemukan serta menguji solusi / gagasan baru yang inovatif.



2.4 Struktur Organisasi Perusahaan Orang Tua Group



Gambar 2.4 Bagan Struktur Organisasi
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

2.5 Deskripsi Pekerjaan

Dalam PT Prima Indonesia Indah, setiap anggota organisasinya memiliki tanggung jawab yang jelas dan terperinci sesuai dengan perannya masing-masing. Berikut merupakan deskripsi terkait setiap peran:

1. *Chief Executive Officer*

Chief Executive Officer memiliki tugas utama sebagai pemimpin dan penentu arah strategi bisnis perusahaan. Kemudian, memberikan

panduan kepada tim untuk mengimplementasikan strategi dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, pemimpin juga harus mencari peluang bisnis yang baru dan memikirkan cara untuk mengembangkan perusahaan di pasar yang baru serta memastikan proyek yang dikerjakan sesuai kualitas dan target audiensnya jelas. Pemahaman terhadap tren terbaru juga menjadi bagian dari tanggung jawab mereka, sehingga mereka dapat mengintegrasikan konten perusahaan dengan tren tersebut. Terakhir, menjaga hubungan yang baik dengan mitra kerja juga merupakan hal yang penting bagi seorang pemimpin.

2. *Managing Director*

Managing Director memiliki tanggung jawab lebih luas karena harus terlihat dalam pengambilan keputusan, memimpin dan mengawasi keseluruhan tim internal serta operasional perusahaan ketika menjalankan pekerjaan agar menjadi lebih maksimal dan efisien. Hal ini berkaitan dengan pengembangan brand secara keseluruhan yang meliputi produksi, pemasaran, penjualan serta keuangan. Selain itu, tanggung jawabnya juga meliputi menganalisis tren industri dan menentukan arah yang tepat bagi perusahaan, serta memperluas peluang yang dapat diambil. *Managing Director* juga harus memastikan dan menjaga pengeluaran keuangan perusahaan agar tetap dalam batas yang ditetapkan, serta mengembangkan inovasi terhadap produk untuk tetap bersaing di pasar. Tidak hanya itu, berperan penting juga dalam mengelola operasi sehari-hari perusahaan, menyusun dan menjalankan kebijakan operasional yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan serta memastikan bahwa mencapai target dan tujuan bisnis agar dapat mengarahkan strategi bisnis dalam jangka panjang.

3. *Business Development Director*

Business Development Director bertanggung jawab untuk mengidentifikasi peluang pertumbuhan baru pada perusahaan, termasuk melalui perluasan pasar, pengembangan produk baru, dan

kolaborasi dengan mitra bisnis yang menguntungkan. Utamanya berfokus pada aspek internal bisnis dalam mengembangkan strategi yang memungkinkan *brand* meningkat pangsa pasarnya, menjajaki peluang baru. Selain itu, membangun hubungan dengan calon pelanggan, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendukung pertumbuhan perusahaan dan kesuksesan di pasar yang kompetitif dengan menyusun target penjualan dan proyeksi pendapatan.

4. *Head of Marketing*

Head of Marketing memiliki tugas untuk mengelaborasi tujuan produk dan layanan baru yang merupakan fokus utama bagi perusahaan dalam menghadapi industri. Proses ini melibatkan penelitian dan analisis terhadap kompetitor untuk menemukan nilai jual yang unik yang dapat ditawarkan perusahaan. Selain itu, *Head of Marketing* juga bertanggung jawab untuk melakukan perencanaan strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci dalam memastikan kesuksesan produk serta membimbing tim *Marketing* untuk menjalankan tugas mereka sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Peran *Head of Marketing* lainnya juga harus terlibat dalam mencari pendekatan inovatif untuk mempromosikan produk serta mengikuti tren terkini yang dapat diterapkan dalam pengembangan produk.

5. *Marketing Supervisor*

Sebagai seorang *Marketing Supervisor*, tanggung jawab utamanya adalah mendampingi dan mengawasi anggota tim pemasaran. Selain itu, bertugas untuk menganalisis hasil dari strategi pemasaran yang telah dilakukan dan memberikan saran perbaikan terhadap produk yang dipasarkan. Kemudian melakukan penelitian pasar dan memahami tren yang sedang berlangsung serta memanfaatkannya sebagai peluang besar bagi perusahaan. *Marketing Supervisor* pun bertugas untuk menyusun berbagai materi penting seperti materi

promosi, iklan, dan presentasi guna mendukung upaya pemasaran produk atau layanan perusahaan.

6. *Digital Marketing Staff*

Tugas dari seorang *Digital Marketing* antara lain menghandle seluruh akun media sosial perusahaan dan merancang program maupun kampanye khusus di berbagai platform media sosial atau platform lainnya. Untuk memperluas jangkauan pemasaran, *Digital Marketing* mencari dan berkolaborasi dengan *freelancer* serta *influencer* dalam tujuan memasarkan produk perusahaan. Selain itu, juga memiliki peran penting dalam mempromosikan konten-konten perusahaan yang dapat memperkuat citra merek, kesadaran, dan keterlibatan di media sosial. Kemudian akan dievaluasi keberhasilannya melalui laporan bulanan yang berisi data atau analisis tentang jangkauan konten media sosial yang telah diimplementasikan sebelumnya lalu melaporkan statistik views dan penjualan kepada tim *Marketing*. Terakhir, bertugas dalam menemukan kegiatan inovatif untuk mempromosikan produk

7. *Event Marketing Staff*

Tanggung jawab dari *Event Marketing* mencakup perencanaan, penerapan, dan evaluasi acara atau inisiatif pemasaran yang bertujuan memperkenalkan *brand*, produk, atau layanan tertentu kepada target audiens target. Hal ini meliputi identifikasi target pasar, menetapkan tujuan acara, merencanakan konsep acara, mengoordinasikan penyedia layanan dan mitra, mempromosikan acara, mengatur logistik, melaksanakan acara, mengukur keberhasilan dan memvalidasi tindakan yang diambil. Terakhir, *Event Marketing* harus menganalisis hasil guna menunjang keberhasilan suatu acara.

8. *Graphic Design Intern*

Seorang *Graphic Design* memiliki tanggung jawab utama dalam menciptakan visual dan grafik yang diperlukan oleh perusahaan dan harus memastikan bahwa desain yang dihasilkan sesuai dengan identitas merek yang telah ditetapkan sebelumnya oleh perusahaan.

Selain itu, *Graphic Design* juga harus memastikan bahwa desain yang dibuat tidak melanggar hak cipta dari pihak manapun. Sebagai bagian dari tugasnya, *Graphic Design* pun bertugas untuk membuat *banner* promosi yang akan digunakan oleh perusahaan.

9. *Marketing Intern*

Sebagai seorang *Marketing*, memiliki tugas meliputi pengembangan konsep dan verifikasi bahwa program yang dituju sesuai dengan audiens yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kemudian juga bertanggung jawab untuk merencanakan jadwal produksi konten (*editorial plan*) dan menciptakan materi konten yang relevan dengan aktivitas perusahaan. Selain itu, berperan untuk memberikan ide-ide kreatif, memberikan brief kepada tim visual terkait perencanaan konten yang akan dibuat bentuk visualnya dan melakukan revisi terhadap konten agar sesuai dengan tujuan pemasaran perusahaan.

