



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Gedung PT Nutrifood Indonesia di Pulo Gadung  
(Dokumentasi Penulis)

PT Nutrifood Indonesia yang didirikan pada bulan Februari 1979, merupakan perusahaan swasta nasional yang bergerak dalam bidang industri makanan dan minuman, khususnya makanan dan minuman yang memberikan manfaat untuk kesegaran, kesehatan, dan penampilan (*appearance*). Produk awal Nutrifood adalah sirup yang kemudian berkembang menjadi berbagai jenis produk di bawah 5 brand utama yaitu Nutrisari, Tropicana Slim, L-Men, WRP, dan HiLo.

Dengan jaringan distribusi yang luas, produk Nutrifood tidak hanya dipasarkan di dalam negeri, namun telah berhasil diterima dengan baik di pasaran

ekspor, khususnya di negara-negara berkembang. Saat ini, Nutrifood dikenal sebagai perusahaan yang secara inovatif menginspirasi dan membantu setiap individu untuk mencapai keseimbangan hidup dengan menjalankan pola hidup sehat yang menyenangkan dalam waktu yang lebih lama.

Pada bulan Januari tahun 2004, organisasi dibangun dengan membentuk 4 SBU (*Strategic Business Unit*) dan 9 SSU (*Strategic Services Unit*) yang secara legal adalah bagian tak terpisahkan dari PT Nutrifood Indonesia. Tujuannya adalah untuk meningkatkan fokus bisnis dan memperjelas fungsi serta tanggung jawab dengan tetap mempertahankan fleksibilitas sistem kerja.

Seiring dengan pertumbuhan dan tuntutan perkembangan dunia bisnis, mulai bulan Januari 2009 kembali dilakukan perubahan struktur organisasi dengan pendekatan direktorat dan divisi. Pada awal bulan Januari 2010 struktur organisasi perusahaan terbentuk dari 6 direktorat dengan 14 divisi dan 2 *office*. Namun di awal tahun 2012 menjadi 5 direktorat dengan 13 divisi dan 2 *office*.

Sekarang, perusahaan menempati dua lokasi utama yaitu:

1. Lokasi 1: Jl. Rawabali II No. 3, Kawasan Industri Pulo Gadung, Jakarta Timur.

Lokasi ini digunakan sebagai kantor pusat dan kegiatan terkait pemasaran.

2. Lokasi 2: Jl. Raya Ciawi No. 280 A, Ciawi – Bogor. Lokasi ini merupakan lokasi pabrik dan Gudang Logistik.

## 2.2 Logo Perusahaan



Gambar 2.2 Logo PT Nutrifood Indonesia  
(Dokumen PT Nutrifood Indonesia)

Logo korporat PT Nutrifood mempunyai beberapa elemen beserta maknanya masing-masing, yaitu:

- 1.) Warna hijau; lambang dari sehat, tumbuh, dan kehidupan
- 2.) Dua kecambah yang saling mengelilingi; lambang sumber kehidupan, permulaan hidup, keseimbangan, serta membentuk huruf "N" yang merupakan inisial korporat.
- 3.) Lingkaran; dinamis dan berkesinambungan
- 4.) Keseluruhan logo; lambang dari modernitas, inovasi, dan global.

## 2.3 Visi dan Misi Perusahaan

PT Nutrifood Indonesia mempunyai visi dan misi sebagai berikut.

- 1.) Misi : "*Inspiring a nutritious life*"

- a.) *Inspiring*

Didefinisikan sebagai memulai sesuatu yang baru dan menjadi pelopor sehingga dapat menginspirasi pihak lain. Hal ini menggambarkan bahwa

Nutrifood menghasilkan produk, layanan, konsep maupun gagasan yang bersifat inovatif dan perintis.

b.) *Nutritious life*

Didefinisikan sebagai hidup yang sehat dan menyenangkan, yang juga berarti kesehatan dan kenikmatan secara mental maupun fisik.

c.) *Inspiring a nutritious life*

Berarti bahwa melalui produk, layanan, konsep atau gagasan yang bersifat inovatif dan perintis, Nutrifood mengembangkan kehidupan yang sehat dan menyenangkan, baik secara fisik maupun mental.

2.) Visi : *"Be a pioneer & leader in health food nutrition for teen-adult by 2020 in order to deliver XT-Life"*.

a.) *Pioneer*

Menjadi industri acuan, tidak hanya sebatas yang pertama di pasar tetapi juga dari segi inovatif secara keseluruhan, khususnya mencakup produk/solusi yang ditawarkan serta kegiatan pemasaran/bisnis yang dijalankan.

b.) *Leader*

Menempati urutan pertama yang diingat dan memimpin pangsa pasar berdasarkan kategori yang ditargetkan bagi segmen pelanggan dan posisi produk.

c.) *Health food nutrition*

1. Sehat secara ilmiah; melalui desain produk yang terus meningkatkan nilai-nilai kesehatan.

2. Sehat secara alami; didapat dengan membawa berbagai kebaikan dari alam.

d.) *Teen-adult*

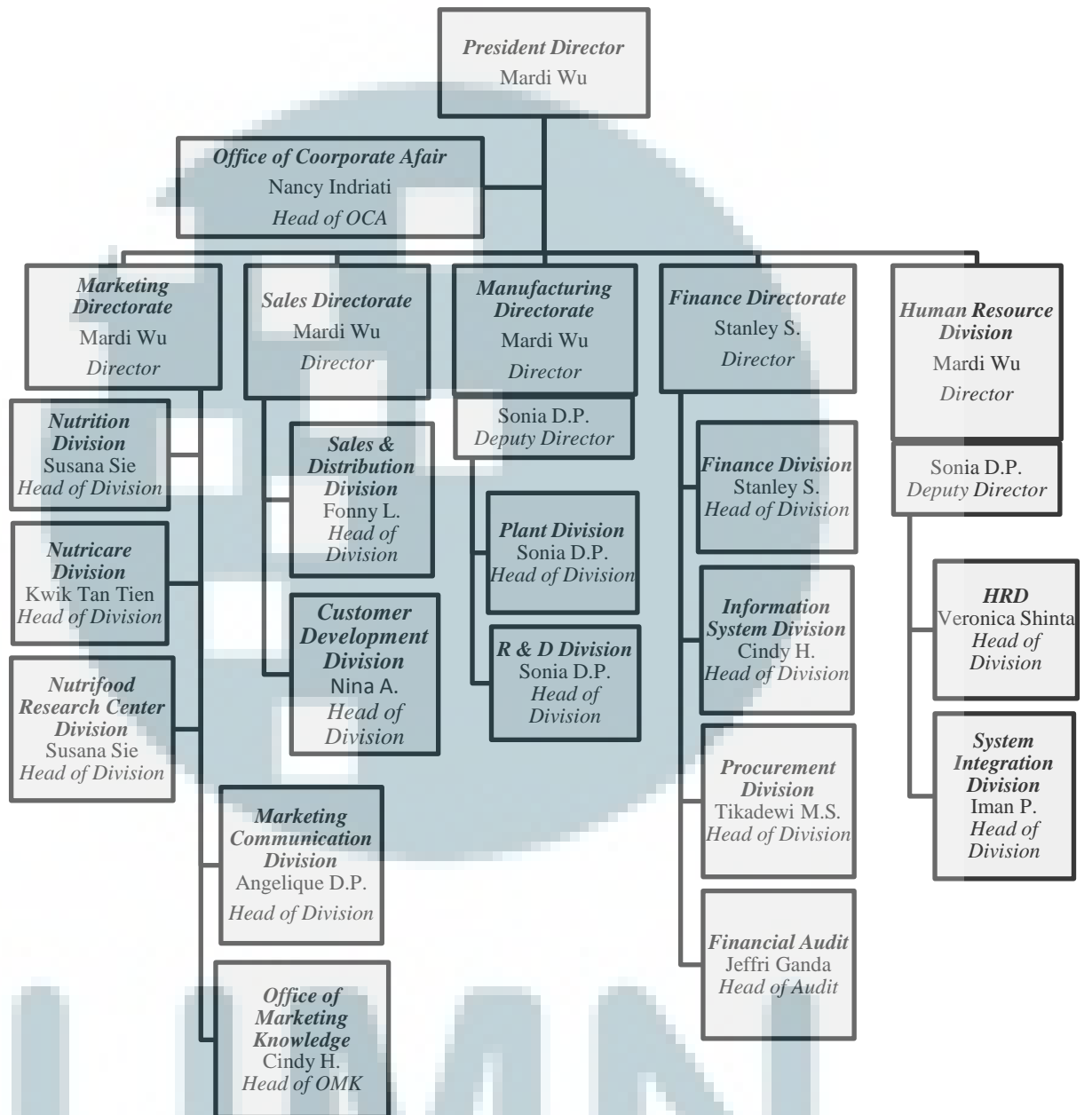
Remaja-dewasa; segmen ini memiliki basis pelanggan yang kuat, meskipun tanpa mengesampingkan segmen anak-anak dan orang tua.

e.) *XT life*

Mencapai puncak performa sedini mungkin dan mempertahankannya selama mungkin.

The logo for UMMN (Universitas Muhammadiyah Malang) is displayed in a large, light blue, sans-serif font. It consists of the letters 'U', 'M', 'M', and 'N' arranged horizontally. The letters are thick and have a slightly rounded, modern appearance.

## 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Skema Hierarki Perusahaan PT Nutrifood Indonesia  
(Dokumen PT Nutrifood Indonesia)