

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Kedai Pangan Sejahtera adalah sebuah perusahaan *agritech* yang menyediakan jasa logistic yang bergerak di bidang agrikultur. PT Kedai Pangan Sejahtera memiliki 2 lini perusahaan yakni KedaiSayur dan KedaiMart yang memberikan layanan berbeda. KedaiSayur memberikan layanan *sourcing*, dan KedaiMart memberikan layanan *one stop shop* berbasis online untuk kebutuhan rumah tangga.

2.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo-logo PT Kedai Pangan Sejahtera
Sumber: PT KedaiPangan Sejahtera (-)

PT Kedai Pangan Sejahtera merupakan perusahaan *agritech* yang didirikan pada tahun 2018 dengan tujuan mendigitalisasi seluruh rantai pasokan produk segar di Indonesia. Fokus utama perusahaan ini adalah memberdayakan dan memodernisasi sistem "dari petani hingga ke meja makan" (*farm-to-table*).

Seiring berkembangnya PT. Kedai Pangan Sejahtera, visi perusahaan telah meluas untuk menghadirkan solusi atas berbagai tantangan yang dihadapi industri pertanian Indonesia yang terpecah-pecah, serta memperkuat ketahanan pangan nasional.

PT Kedai Pangan Sejahtera menyadari potensi besar sumber daya pertanian Indonesia, dan memiliki komitmen untuk bekerja sama dengan berbagai pihak guna memastikan kelancaran distribusi serta pertukaran informasi. Upaya ini bertujuan menciptakan rantai nilai yang lebih efisien di sektor agroindustri. Selain itu, perusahaan mendukung petani dan Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam menjaga keberlanjutan pasokan produk unggulan Indonesia. Melalui dua lini bisnis utama, KedaiSayur dan KedaiMart, perusahaan terus berkontribusi dalam mencapai tujuan tersebut setiap harinya. (KedaiPangan, 2018).

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Sejarah KedaiPangan dimulai pada Oktober 2018, ketika perusahaan ini pertama kali didirikan dengan nama KedaiSayur sebagai sebuah perusahaan agri-tech yang berkonsentrasi pada penyediaan produk segar dan mendorong digitalisasi sistem perdagangan petani dan tukang sayur. Pada Januari 2019, KedaiSayur berhasil merekrut lebih dari 5000 Tukang Sayur di area Jabodetabek dan membangun lebih dari 200 titik pengantaran, yang memperkuat keberadaannya di wilayah tersebut.

Dengan bekerja sama dengan dua pihak utama dalam rantai pasokan pangan di Indonesia, KedaiSayur mencapai kemajuan besar pada Februari 2019, yaitu para petani dan tukang sayur. Melalui kerja sama ini, KedaiSayur memulai sistem beli putus langsung dari petani, yang memberikan kepastian bagi petani dalam menjual hasil panen mereka. Kemajuan ini dilanjutkan pada Juli 2019 dengan dimulainya kontrak tanam pertama dengan petani dan peluncuran Program Rekanan Petani. Program ini bertujuan untuk membantu petani lokal dalam menghadapi tantangan agronomi serta membangun ekosistem berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan pangan segar.

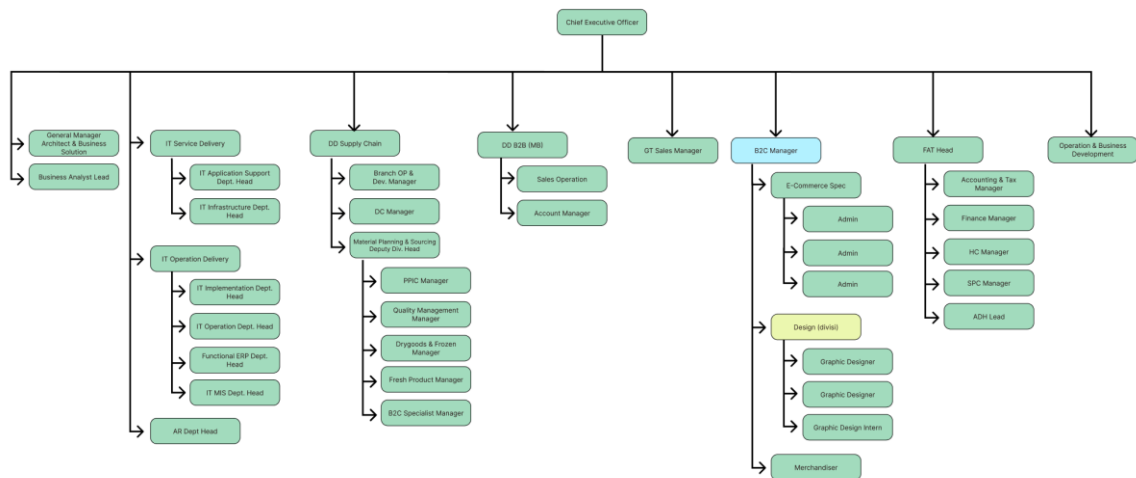
Pada November 2019, KedaiSayur memperluas cakupan bisnis dengan memasok produk ke klien B2B dan sektor Horeca (hotel, restoran, dan kafe), sekaligus memperluas jaringan distribusi dan pergudangan. Pada Desember 2019, KedaiSayur mendirikan MITRA BISNIS yang melayani sektor Horeca di wilayah Jabodetabek. Ketika pandemi COVID-19, perusahaan menjalin kerja sama strategis dengan Mitra Tani Parahyangan dan Kementerian Pertanian pada Juni 2020 untuk menjamin ketersediaan pangan bagi masyarakat.

Pada Oktober 2020, KedaiSayur meluncurkan operasional di Jawa Timur, khususnya di Malang dan Surabaya. Bulan berikutnya, KedaiSayur menjalin kemitraan strategis dengan PMG dan Naima untuk distribusi produk unggulan, serta meluncurkan KedaiMart, sebuah platform e-commerce B2C, pada Januari 2021 yang berhasil mencatat pertumbuhan transaksi bulanan yang signifikan dan menawarkan solusi *one stop shop* dimana pelanggan dapat berbelanja kebutuhan rumah tangga dengan lengkap secara daring atau *online* hanya dengan perangkat elektronik seperti *handphone* dan atau komputer.

Pada April 2021, KedaiSayur mengembangkan bisnis B2B menjadi solusi rantai pasok yang terintegrasi, mencakup layanan logistik pihak keempat (4PL), manajemen inventaris, dan perangkat lunak sebagai layanan (SaaS). Pada Juni 2021, perusahaan memperkuat ekosistem digitalnya dengan bermitra bersama BRI Agro, iGrow, dan Agree Telkom untuk mendukung komoditas para petani di Kelompok Tani Wajak Malang. Pada Oktober 2022, KedaiSayur resmi berganti nama menjadi KedaiPangan. Pergantian nama ini mencerminkan komitmen perusahaan yang semakin kuat dalam mewujudkan visinya sebagai solusi rantai pasok pangan terkemuka di Indonesia. (KedaiPangan, 2023)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan struktur organisasi dari PT Kedai Pangan Sejahtera menurut penjabaran yang diberikan oleh *Head of B2C*:



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi PT Kedai Pangan Sejahtera
 Sumber: PT Kedai Pangan Sejahtera (2024)

Struktur organisasi dalam PT Kedai Pangan Sejahtera meliputi beraneka cabang. Penulis, sebagai bagian dari divisi atau departemen desain, ditempatkan dibawah divisi *B2C* atau *business to customer* yang terdiri atas divisi E-Commerse, desain, dan merchandiser. Divisi desain bertanggungjawab atas segala desain visual meliputi KedaiSayur, KedaiPangan, dan KedaiMart beserta media-media yang terlibat berupa media sosial, media *marketplace*, dan aplikasi KedaiMart. Desain-desain yang dirancang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan pengetahuan konsumen akan produk-produk yang ditawarkan oleh lini-lini usaha PT Kedai Pangan Sejahtera.

2.3 Portofolio Perusahaan

PT Kedai Pangan Sejahtera telah bekerjasama dengan organisasi-organisasi ternama dari Indonesia seperti Gereja Santa Helena, Nuansa Kasih, Yayasan Komunitas IFF (Inspiring Factory Foundation), Waste4Change, Yayasan Peltia Ilmu, dan Rapel (Indonesia). PT Kedai Pangan Sejahtera bekerjasama dengan jasa kurir AnterAja sebagai kurir toko dalam platform-platform ecommerce dan *marketplace*

2.3.1 Restorasi



Gambar 2. 3 Pelaksanaan Kampanye Restorasi

Sumber: https://www.linkedin.com/posts/abidzaralgh_csr-community-startup-activity-7006222136000348160-HvdQ/?originalSubdomain=id

Restorasi adalah sebuah kampanye yang diselenggarakan pada tahun 2022 dimana PT Kedai Panan Sejahtera bekerjasama dengan Rapel Indonesia dan Waste4Change dalam rangka upaya menyumbang 1-kilogram beras untuk setiap 1-kilogram sampah yang dapat didaur ulang yang didonasikan. Nasi yang disumbangkan akan disalurkan ke 8 komunitas, yaitu Gereja St. Helena, Bank Sampah Petra, Yayasan Nuansa Kasih, Yayasan Pelita Ilmu, Yayasan Dreamdelion Community Empowerment, Yayasan Inspiration Factory, Yayasan The Kingdom BGBJ, dan Yayasan Cinta Yatim & Dhuafa.



Gambar 2. 4 Highlights dari Pelaksanaan Kampanye Restorasi
 Sumber: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17895932426609823/>

Selama kampanye ini berlangsung, terkumpul 6,4-ton sampah yang dapat didaur ulang, dan disumbangkan 6,4 ton beras sesuai dengan visi dari kampanye ini. Kampanye ini diselenggarakan dengan komitmen untuk terus merangkul dan mendorong rakyat untuk menjaga ekosistem lingkungan, dan membawa dampak baik kepada masyarakat. (KedaiPangan, 2022)

2.3.2 Satria Berbagi



Gambar 2. 5 Highlights dan Pelaksanaan Kampanye Satria berbagi
Sumber: <https://www.instagram.com/stories/highlights/18024177844264228/> dan <https://wartakota.tribunnews.com/2020/04/23/gandeng-kedai-sayur-anteraja-luncurkan-program-satria-berbagi-di-tengah-pandemi-covid-19>

Satria Berbagi adalah sebuah kampanye Kerjasama antara PT Kedai Pangan Sejahtera (dikenal dengan nama KedaiSayur pada 2020) dan kurir AnterAja. Kampanye Satria Berbagi berlangsung pada April hingga Juni 2020 dengan upaya untuk memberikan sembako yang disumbang oleh KedaiPangan, dan disalurkan dengan pengiriman kurir-kurir atau satria AnterAja.

Kampanye ini bertujuan untuk memberikan sembako kepada yang membutuhkan, terutama kalangan pekerja *non formal*, berdisabilitas, dan berkekurangan pada masa maraknya pandemic Covid-19. Setiap paket sembako yang dibagikan berisi beras, minyak, dan sayur mayur berkualitas senilai Rp 100.000,00 (Wartakota, 2020)