BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Food Beverages Indonesia telah menaungi 6 *brand* internasional makanan dan minuman di Indonesia, hal ini menjadi bentuk pemberian berbagai variasi dan kehangatan untuk para keluarga di Indonesia dalam menikmati bergam jenis santapan. Sebagai salah satu bagian dari *business unit* Kawan Lama Group, F&B ID menjadi salah satu unit bisnis yang dipandang oleh para konsumen sejak tahun 2011, dan sudah memiliki lebih dari 500 gerai di seluruh kota Indonesia.

Awalnya Kawan Lama hanya merupakan sebuah toko perkakas yang kemudian kian berkembang untuk memasukan berbagai jenis kebutuhan rumahan untuk pasar Indonesia. Bisnis yang dibangun ini sudah sejak tahun 1955 dari sebuah kios kecil hingga menjadi bisnis multisektor dan memperluas lini bisnisnya ke arah makanan dan minuman.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Foods Beverages Indonesia merupakan sebuah *business unit* dari Kawan Lama Group yang berjalan dalam bidang makanan dan minuman. Memulai ekspansinya di tahun 2011 dan mengalami penyegaran menjadi F&B ID pada tahun 2022 dan sudah menaungi 5 *brand* makanan dan minuman internasional. F&B ID berdiri sebagai penyedia makanan untuk seluruh keluarga di Indonesia dan memberikan kebahagiaan di setiap hidangan. Berawal dari Chatime yang pertama kali didirikan pada tahun 2011 sebagai penyedia minuman *brewed tea,* hingga sekarang sudah memegang 5 *brand* makanan dan minuman yang tersedia di seluruh Indonesia, yaitu Chatime, Cupbop, Gindaco, Chatime Atealier, dan Go Go Curry.

Gambar 2.1 Merek Dagang Dibawah F&B ID
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

Adapun kepemimpinan dari Kawan Lama Group sendiri dipimpin oleh keluarga inti dari pendiri Kawan Lama, kemudian juga dengan para keluarga dipercayakan untuk memegang berbagai business unit dalam Kawan Lama Group. PT Foods Beverages Indonesia dipercayai kepada tangan Bapak Devin Widya Krisnadi sebagai CEO.

Gambar 2.2 Devin Widya Krisnadi
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

PT Foods Beverages Indonesia memiliki logo berbentuk bundar dengan senyuman yang disebut dengan *happy-con.* Senyuman ini menggambarkan ketika perusahaan memperlihatkan rasa bahagia saat melayani konsumen, dan juga mewakili wajah konsumen yang bahagia dan puas terhadap pelayanan yang di dapat.

Gambar 2.3 Logo F&B Indonesia
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

F&B ID memiliki salah satu kata yang sangat dijunjung selama perjalanannya. Kata ini adalah *soulfull,* seperti yang ada pada *slogan* PT Foods Beverages Indonesia, yaitu "*serving simple soulfull hapiness". Soulfull* memiliki pengertian bahwa perusahaan akan memberikan yang terbaik dari dalam hati dan jiwa untuk para konsumen, dan sebaliknya konsumen akan merasakan kebahagiaan yang simpel yang bisa berbekas sampai ke hatinya.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Kawan Lama Group merupakan perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 1955, didirikan oleh Wong Jin dan sekarang sudah memegang lebih dari 30 merek di seluruh Indonesia. Pada tahun 2011, Kawan Lama Group memulai ekspansinya ke dalam rana makanan dan minuman dengan membentuk PT. Foods Beverages Indonesia. Bisnis sektor *food & beverage* pertama Kawan Lama Group yaitu Chatime, menjual minuman *brewed tea* dengan berbagai macam *topping* yang berasal dari Taiwan. Pada tahun 2022, PT. Food Beverages Indonesia akhirnya melakukan penyegaran dan membentuk FnB ID yang sampai sekarang menaungi 6 *brand* makanan dan minuman.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

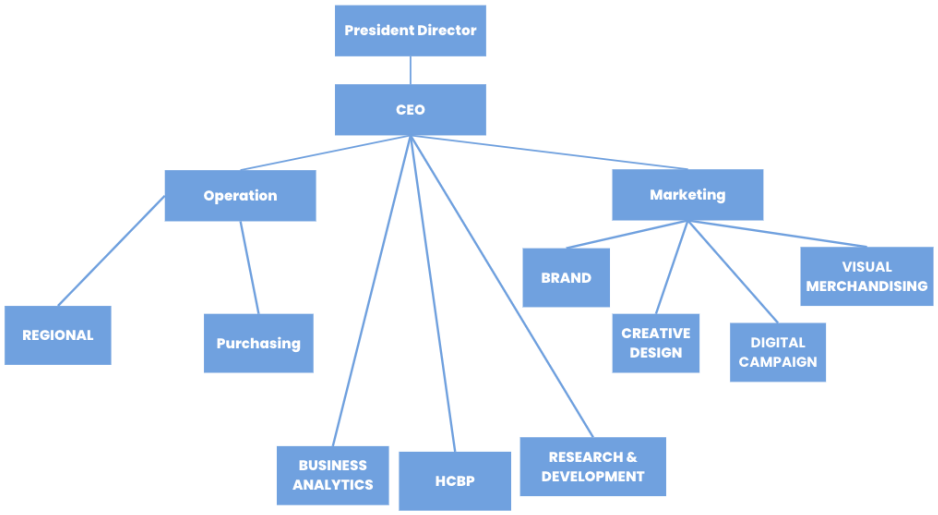
PT Foods Beverages Indonesia merupakan anak perusahaan atau unit bisnis dari Kawan Lama Group yang dipimpin oleh presiden direktur Bapak Kuncoro Wibowo yang merupakan anak dari pendiri Kawan Lama. PT Foods Beverages Indonesia berdiri dengan dipercayai kepada seorang CEO yaitu Bapak Devin Widya Krisnadi yang masih merupakan keluarga inti dari pendiri Kawan Lama Group.

Dalam PT Foods Beverages Indonesia dikepalai oleh seorang *chief executive officer.* CEO mengepalai semua divisi yang bergerak dan memastikan semua operasional berjalan dengan lancar. Terdapat 3 divisi utama yang bergerak dibawah CEO yaitu *Marketing*, *Operation*, dan divisi utama perusahaan. Dalam divisi *operation*, dibagi lagi ke dalam 3 tim yaitu regional yang mengurusi setiap cabang gerai dan mengawasi berjalannya kios-kios F&B ID di seluruh Indonesia. Kemudian ada *Business Activation,* yang mengurus dan mengontrol dari segi bisnis perusahaan, serta menganalisa bisnis berdasarkan tren yang sedang berlangsung di pasar Indonesia, serta memastikan bisnis tumbuh dengan sehat. Lalu tim yang ketiga adalah *purchasing* yang mengatur segala hal yang berhubungan dengan aktivitas pembelian konsumen.

Lalu adanya divisi utama perusahaan yaitu adanya tim *Research & Development.* Tim ini bertanggung jawab atas pembuatan semua menu yang dijual

oleh F&B Indonesia, mulai dari penemuan ide, analisa tren, hingga perilisan menu semua dilakukan oleh tim *research & development.* Lalu ada HCBP atau singkatan dari *Human Capital Business Partner* yang bertugas menjadi pengatur dan pemenuhan SDM untuk F&B Indonesia, termasuk mengakuisisi talen, menerima pekerja, dan tugas lainnya. Lalu yang terakhir ada tim *Business Analytics,* yang bertugas untuk mengamati bisnis dan tren bisnis di dunia makanan dan minuman yang dapat diimplementasikan ke dalam perusahaan.

Kemudian adanya divisi *marketing* yang mengepalai segala urusan *marketing* dan promosi. Di dalam divisi ini terdapat 4 tim yaitu tim *brand, creative design, digital campaign,* dan *visual merchandising.*



Gambar 2.4 Struktur Perusahaan Per Tahun 2025
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Dalam divisi marketing, tim *brand* bekerja sebagai pemilihan nama produk, mengatur kemasan, pengeluaran untuk produk hingga perencanaan promosi dan kerjasama. Lalu tim *brand* seringkali bekerja sama dengan tim *creative design* dan *digital campaign* untuk merealisasikan pembuatan visual promosi seperti video foto promosi, desain *point of purchase, banner* untuk *store,* dan *post social media.* Kemudian divisi *visual merchandising* bertugas untuk mevisualisasikan segala kebutuhan visual tim *brand* yang bersifat cetak.

Penulis ditempatkan dibawah divisi *Digital campaign,* dengan jabatan sebagai *multimedia officer.* Tugas yang akan dikerjakan penulis bersinggungan dengan divisi *brand* dan *creative design,* untuk membantu merealisasikan aset-aset visual yang dibutuhkan seperti foto, video, dan juga *motion graphic.* Dengan pembagian yang sudah jelas, penulis hanya menggerjakan pekerjaan yang ada dalam ruang lingkup *multimedia officer* tersebut.

2.3 Portofolio Perusahaan

Selama berdirinya F&B ID, sudah banyak pencapaian hingga penghargaan yang diterima oleh perusahaan. Berawal dari membawa *brand* Taiwan Chatime sebagai pelopor minuman *brewed tea* di Indonesia. Dengan kesuksesan Chatime di Indonesia, Chatime menjadi pembuka jalan bagi PT Food Beverages Indonesia untuk memperluas bisnis makanan dan minumannya. Hingga sekarang sudah menaungi 6 *brand* makanan dan minuman di seluruh Indonesia.

PT Food Beverages Indonesia melalui Chatime mendapatkan penghargaan Best Halal System Implementation Category of Food Services (Beverage) dari Halal Award 2023. Penghargaan ini didapatkan sebagai komitmen Chatime dalam menjaga standar halal dalam setiap produk yang dibuatnya. Pada tahun 2024, *CEO* dari F&B ID, Devin Widya Krisnadi juga memenangkan penghargaan 40 Under 40, sebagai pemimpin muda paling berpengaruh dalam memajukan industri *food and beverage* di Indonesia.

F&B ID melalui Chatime pernah melakukan kolaborasi dengan berbagai *brand.* Salah satunya adalah One Piece yang merupakan serial animasi asal Jepang. Dengan kolaborasi ini Chatime merilis 5 minuman dan berbagai *merchandise* yang bisa dikoleksi oleh para penikmat Chatime. Untuk membantu mempromosikan kolaborasi ini, Chatime juga mendesain beberapa postingan sosial media untuk mempromosikan *merchandise* hasil kolaborasi.

Gambar 2.5 Chatime x One Piece Exclusive Merchandise
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Selama kolaborasi ini berlangsung, Chatime mengadakan *event* tertutup di area PIK dengan menyewa kapal di Batavia Cove yang setema dengan animasi One Piece. Kapal ini juga dijadikan tempat photoshoot produk yang dirilis dalam serial ini, dengan membuat berbagai ornamen dan *point of purchase* yang bertemakan One Piece.

Gambar 2.6 Booth Event One Piece Chatime di Batavia PIK
Sumber: Kumparan (2024)

Gelas *serving* untuk minuman serial One Piece ini juga didesain mengikuti tema One Piece. Masing-masing minuman ini menggambarkan karakter One Piece yang dipilih dan dicocokkan berdasarkan warnanya dan rasa yang mengikuti sifat dari karakter tersebut.

Gambar 2.7 Minuman Chatime x One Piece
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Menurut CEO dari F&B Indonesia Devin Widyakrisnadi, kolaborasi ini bertujuan untuk membawa semangat persahabatan seperti para karakter One Piece yang saling berlayar bersama-sama. Chatime cukup menuai kesuksesan dalam kolaborasi ini dikarenakan banyaknya penggemar One Piece di Indonesia.

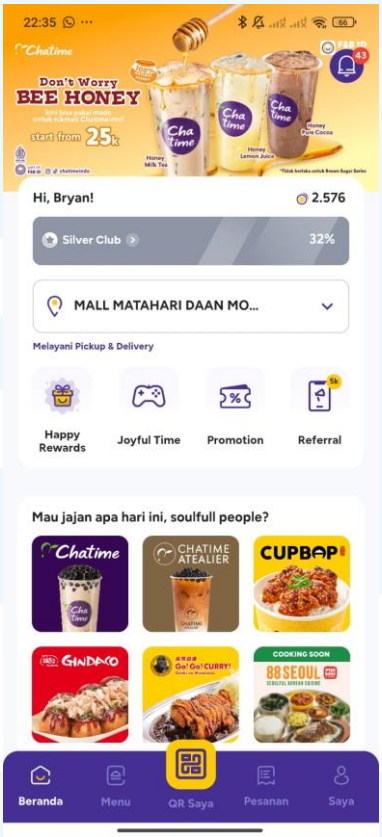
Selain itu Chatime juga berkolaborasi dengan JKT48 yang dilakukan sebanyak 3 kali dan memiliki konser yang mengandeng brand Chatime sendiri. Selama kolaborasi ini, Chatime juga merilis minuman yang bertemakan JKT48 dan pemilihan kolaborasi ini cukup menuaikan hasil yang besar, dikarenakan banyaknya penggemar dari JKT48 yang cukup fanatik dan senang terhadap produk yang berkolaborasi dengan JKT48. Salah satu judul kolaborasi JKT48 dengan Chatime adalah Chatime SIK ASIK, dengan Chatime merilis minuman berdasarkan nama lagu JKT48, Magic Hour dan Fortune Cookie.

Gambar 2.8 Minuman kolaborasi Chatime dengan JKT48
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pada kolaborasi ini, Chatime mendesain berbagai hal mulai dari cup bertema JKT48 hingga postingan sosial media yang bertemakan JKT48. Dengan tujuan untuk meramaikan hasil kolaborasi ini, Chatime juga menjual tiket konser online untuk menonton konser Sik Asik JKT48 di Living World Alam Sutera. *Merchandise* juga dibuat oleh Chatime untuk dapat dikoleksi oleh para *fans* JKT48.

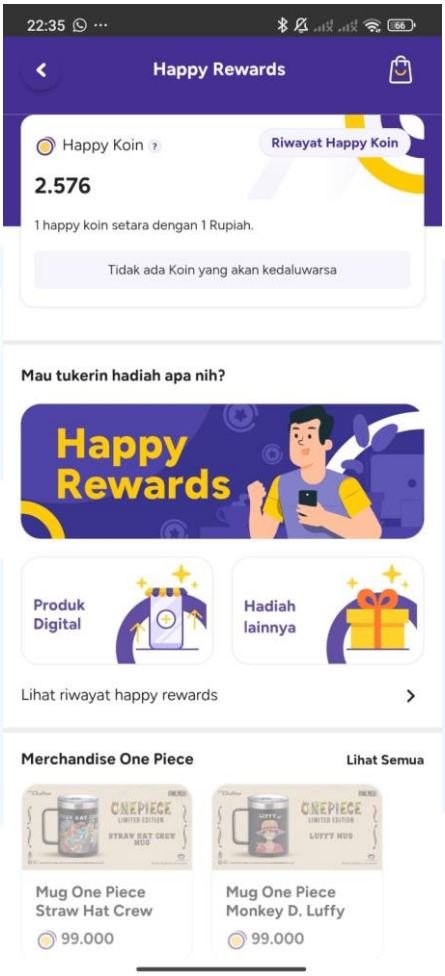
Gambar 2.9 Tiket Package dan Merchandise Chatime JKT48
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Kemudian PT Foods Beverages Indonesia juga memiliki sebuah platform aplikasi yang bernama F&B ID App. Aplikasi ini dibentuk agar para *customer* bisa memesan berbagai produk F&B Indonesia melalui aplikasi tersebut. Selain itu juga disematkan berbagai promo yang sedang berlangsung ke dalam aplikasi tersebut.



Gambar 2.10 Tampilan Aplikasi F&B ID App

Aplikasi ini berguna untuk membuat penikmat dari produk F&B Indonesia lebih merasa nyaman dan aman untuk menikmati. Ditambahkan dengan adanya fitur Happy Rewards yang bisa ditukarkan berbagai macam produk ataupun promo dengan mengumpulkan Happy Coin. *Benefit* yang didapatkan konsumen menjadi beragam dengan hadirnya fitur ini.



Gambar 2.11 Tampilan Happy Rewards