

BAB II

GAMBARAN PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Nestlé Indonesia

Nestlé resmi berdiri pada tahun 1905 setelah bergabung dengan Anglo-Swiss yang telah memproduksi Anglo-Swiss Condensed Milk Company. Dengan produk tersebut beserta makanan untuk bayi yang diciptakan oleh Henri Nestlé, distribusi perusahaan berkembang pesat sehingga konsumen dari berbagai negara dapat membeli dan mengonsumsi produk-produk Nestlé. Seiring waktu, Nestlé terus berinovasi memproduksi berbagai produk mulai dari kopi, sereal, coklat, serta makanan hewan peliharaan. Hal tersebut membuktikan bahwa Nestlé menjadi perusahaan FMCG yang mampu mengikuti kebutuhan pasar dan mengikuti perkembangan gaya hidup konsumen. Kemampuan Nestlé tersebut juga terlihat dari operasionalnya yang meluas ke berbagai negara termasuk di Asia Tenggara. Thailand, Malaysia, Filipina, Vietnam, hingga Indonesia menjadi negara di mana Nestlé menjalankan bisnisnya serta menunjukkan komitmen dalam menyediakan produk berkualitas untuk para konsumen.

Di Indonesia, produk Nestlé hadir pertama kali di tahun 1873. Produk yang hadir pertama kali tersebut merupakan susu kental manis dengan nama Milkmaid yang nantinya lebih dikenal dengan Tjap Nona. Sejak saat itu, permintaan dan kepercayaan konsumen terhadap produk Nestlé semakin meningkat ketika Dancow dan Milo ikut hadir di Indonesia. Pada akhirnya Nestlé membangun PT Nestlé Indonesia di tahun 1971 sebagai bentuk komitmen untuk terus memproduksi dan mendistribusi produk berkualitas tinggi, bernutrisi, serta dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia.

Pada tahun 2021, PT Nestlé Indonesia meresmikan kantor pusat yang terletak di Jakarta Selatan. Terletak di Green Arkadia Park tower G, TB Simatupang Jakarta Selatan, kantor PT Nestlé Indonesia dirancang dengan konsep ramah lingkungan serta mendukung budaya kerja yang kolaboratif. Di dalam kantor banyak fasilitas yang disediakan untuk mendukung kesejahteraan dan

produktivitas karyawan, seperti area kerja terbuka, ruang rapat untuk kolaboratif, *fitness area*, hingga ruangan untuk medis.



Gambar 2.1 Lobby lantai 11

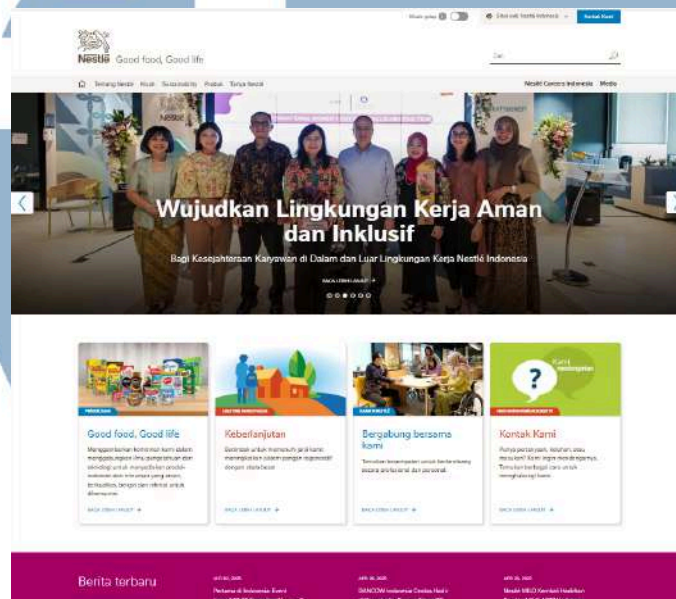
Kantor PT Nestlé Indonesia memiliki tiga lantai yakni lantai 11, 12, dan 15. Di lantai 11 terdapat tempat bekerja untuk beberapa merek milik Nestlé seperti Milo, Lactogrow, Kitkat, S-26, Purina Petcare, dan masih banyak lagi. Namun terdapat karyawan yang melakukan pekerjaannya di Business Garden di mana terdapat *pantry* dengan berbagai kopi Nescafe, Milo, dan Teh tarik. Konsep Business Garden dirancang menjadi *green area* di mana semua karyawan dapat berkolaborasi dengan satu sama lain baik dengan sesama merek mau pun dengan merek lainnya.



Gambar 2.2 Business Garden

PT Nestlé Indonesia terbuka dengan para pemangku kepentingan yang mencakup konsumen, karyawan, *investor*, komunitas, hingga pemerintah.

Keterbukaan ini dibuktikan dari komunikasi yang transparan dan konsisten melalui berbagai media seperti *website* hingga media sosial. Melalui *website* www.nestle.co.id para pemangku kepentingan dapat mengakses informasi mengenai produk, kampanye, hingga program berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan.

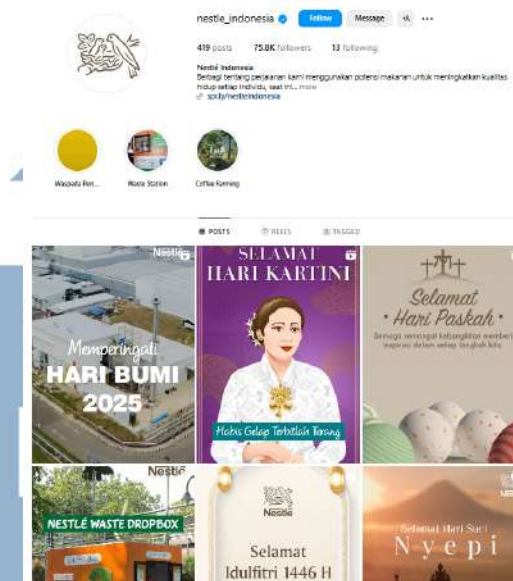


Gambar 2.3 *Website* Nestlé

Sumber: www.nestle.co.id (2025)

Tidak hanya *website*, PT Nestlé Indonesia juga menggunakan platform media sosial lainnya untuk dapat menjangkau dan berinteraksi dengan para pemangku kepentingan. Instagram menjadi salah satu media sosial di mana PT Nestlé Indonesia memberikan informasi mengenai kegiatan karyawannya, program berkelanjutan yang dilakukan, dan kampanye yang dilakukan oleh perusahaan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.4 Instagram Nestlé

Sumber: Instagram @nestle_indonesia (2025)



Gambar 2.5 Kampanye dan program berkelanjutan yang dilakukan oleh PT Nestlé Indonesia

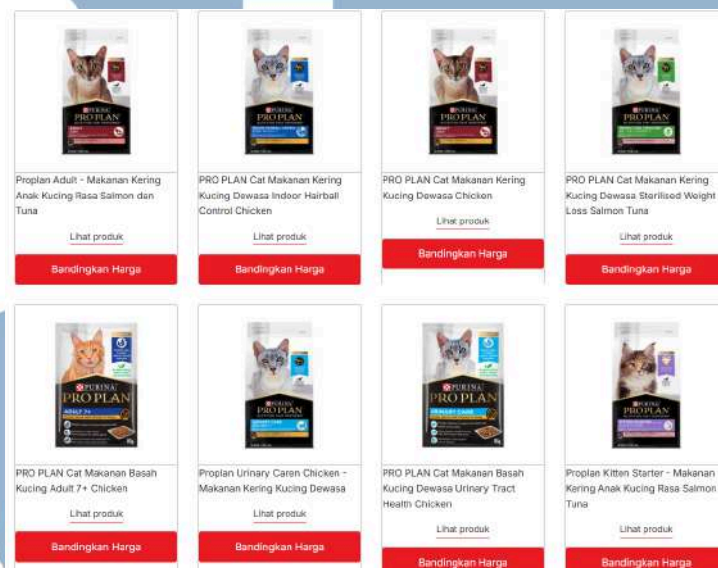
Sumber: Instagram @nestle_indonesia (2025)

Sebagai perusahaan FMCG dengan portofolio produk beragam, PT Nestlé Indonesia selalu menghadirkan inovasi yang relevan dengan kebutuhan konsumen. Tak hanya menyediakan produk makanan dan minuman untuk anak-anak serta orang dewasa, PT Nestlé Indonesia juga menghadirkan produk makanan hewan peliharaan. Nestlé Purina Petcare menjadi merek yang

menyediakan pakan untuk kucing dan anjing peliharaan. Produk yang dihadirkan terbagi menjadi dua merek yakni PRO PLAN dan OMNI Brand.

PRO PLAN merupakan merek yang menyajikan nutrisi jangka panjang untuk kucing dan anjing peliharaan. Kandungan yang dimiliki PRO PLAN seperti *Colostrum*, Probiotik dan Prebiotik, dan protein daging asli menjadi pendukung pertumbuhan, memperkuat imun, serta memiliki pencernaan baik untuk hewan peliharaan. Variasi yang dimiliki PRO PLAN beragam mulai dari berdasarkan umur hingga perawatan khusus.

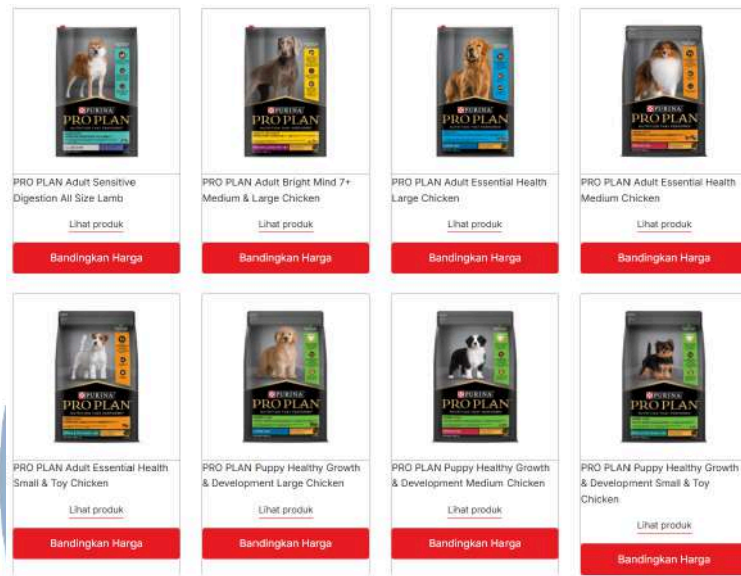
Untuk produk kucing diferensiasi berdasarkan tahapan hidupnya mulai dari *kitten*, *adult*, dan *adult 7+*. Setiap produk juga memiliki varian sesuai kebutuhan kucing mulai dari perut dan kulit sensitif, *indoor hairball*, dan masih banyak lagi. Tidak hanya menyediakan makanan kering, tetapi juga disediakan makanan basah agar kucing terhindar dari dehidrasi.



Gambar 2.6 Portofolio produk PRO PLAN kucing

Sumber: purina.co.id (2025)

Tidak hanya makanan untuk kucing, PRO PLAN juga menyediakan makanan untuk anjing. Varian makanan anjing milik PRO PLAN juga diferensiasi berdasarkan tahapan hidup mulai dari *puppy*, *adult*, dan *adult 7+*. Namun tidak hanya itu u

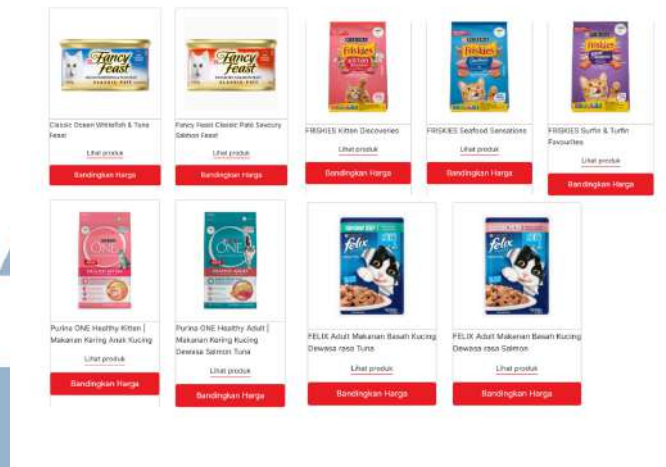


Gambar 2.7 Portofolio produk PRO PLAN anjing

Sumber: purina.co.id (2025)

OMNI Brand menjadi kumpulan merek Nestlé Purina Petcare yang fokus pada produk kucing. Makanan kering, makanan basah, dan *snack* untuk kucing dapat ditemukan pada OMNI Brand milik Nestlé Purina Petcare. ONE, Friskies, Fancy Feast, Felix, dan Friskies Party Mix menjadi merek di bawah OMNI Brand. Setiap merek memiliki keunggulan dalam nutrisi dan kandungan baik untuk kucing peliharaan. Varian yang beragam juga lengkap membuat OMNI Brand mencerminkan dedikasi Nestlé Purina Petcare untuk terus memberikan asupan gizi dan nutrisi terbaik untuk hewan peliharaan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.8 Portofolio produk OMNI Brand

Sumber: purina.co.id (2025)

Agar dapat terus terhubung dengan para pemilik hewan peliharaan, Nestlé Purina Petcare menggunakan media sosial untuk berinteraksi dan memperkenalkan produknya. Seperti Instagram milik PRO PLAN yang tidak hanya sekedar memperkenalkan produk, namun juga mengedukasi perihal kesehatan hewan peliharaan melalui sesi IG Live bersama dokter hewan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

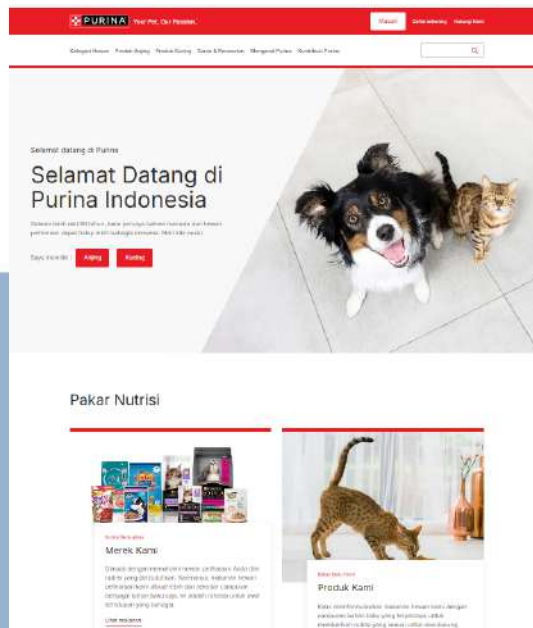


Gambar 2.9 Konten Instagram PRO PLAN

Sumber: Instagram @proplanid (2025)

Selain Instagram, Nestlé Purina Petcare juga menggunakan *website* untuk memperkenalkan produk dan menyajikan artikel mengenai kesehatan serta perawatan hewan peliharaan. Para pemilik hewan peliharaan juga dapat bermain kuis untuk mengenal berbagai ras kucing dan anjing serta mengetahui bagaimana cara merawatnya—perawatan *grooming*, jumlah pemberian pakan, dan lainnya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.10 Halaman utama website purina.co.id

Sumber: Website purina.co.id (2025)

2.2 Visi Misi PT Nestlé Indonesia

Menjadi perusahaan yang terus menghadirkan produk berkualitas serta bergizi, Nestlé memiliki visi misi sebagai bentuk komitmen dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat serta berkontribusi pada masa depan. Visi misi menjadi bentuk dedikasi Nestlé untuk terus mendukung keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat.

VISI

Menjadi perusahaan terkemuka dan kompetitif di bidang nutrisi, kesehatan, dan kesejahteraan. Nestlé berkomitmen untuk menghadirkan produk-produk berkualitas agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

MISI

“*Good Food, Good Life*” menjadi misi Nestlé untuk terus menyediakan pilihan produk yang enak serta bergizi dalam berbagai kategori makanan serta minuman.

2.3 Struktur Organisasi PT Nestlé Indonesia



Gambar 2.11 Struktur Organisasi Perusahaan Nestlé

Sumber: Dokumen Perusahaan (2021)

Struktur organisasi perusahaan Nestlé secara umum mencakup beberapa tingkatan serta departemen yang memiliki fokus pada beberapa aspek operasional dan manajerial. Tentunya masing-masing memiliki tugas yang spesifik serta akan saling berkolaborasi dengan lintas divisi agar dapat mencapai tujuan perusahaan bersama. Berikut merupakan tugas dari masing-masing struktur:

1. *Board of Directors*

Merupakan pemimpin perusahaan dan memiliki tanggung jawab dalam mengambil keputusan strategis.

2. *Operations*

Mengelola setiap produksi hingga distribusi setiap produk yang dimiliki Nestlé.

3. *Marketing*

Merancang strategi pemasaran, menganalisis pasar, hingga membangun hubungan dengan konsumen menjadi tugas dari *Marketing*.

4. *Finance*

Mengelola anggaran hingga menganalisis keuangan untuk mendukung kegiatan operasional dan manajerial perusahaan.

5. *Human Resources*

Mengelola perkembangan karyawan seperti rekrutmen, pelatihan, hingga pengembangan karir.

Dalam praktik kerja magang, penulis berpartisipasi dalam divisi Marketing. Setiap merek yang dimiliki Nestlé memiliki divisi Marketing tersendiri dengan tanggung jawab merancang dan melaksanakan strategi pemasaran sesuai karakteristik serta target pasar. Melalui program Nesternship2025, penulis berperan sebagai divisi Marketing untuk merek pakan hewan peliharaan yang dimiliki Nestlé yakni Nestlé Purina Petcare. Divisi Marketing Nestlé Purina Petcare mencakup sebagai berikut:



Gambar 2.12 Struktur Divisi Marketing Nestlé Purina Petcare

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

1. *Business Manager*

Bertanggung jawab atas keseluruhan operasi dan strategi bisnis Nestlé Purina Petcare.

2. *Marketing Manager*

Bertanggung jawab dalam mengawasi strategi pemasaran yang dirancang oleh tim.

3. *Brand Executive* - PRO PLAN

Mengelola merek serta merancang strategi pemasaran untuk produk *super premium* yakni, PRO PLAN.

4. *Brand Executive* - OMNI Brand (ONE, Friskies, Party Mix, Fancy Feast, & Felix)

Mengelola merek serta merancang strategi pemasaran untuk produk *super premium*—ONE dan Fancy Feast—dan *premium*—Friskies, Felix, dan Friskies Party Mix.

5. *Breeder Advocacy*

Menjalin serta menjaga hubungan terhadap *breeder* yang bekerja sama serta menggunakan produk Nestlé Purina Petcare, khususnya PRO PLAN.

6. *Scientific & Training Expert*

Bertanggung jawab dalam menyelenggarakan pelatihan dan dukungan ilmiah yang berkaitan dengan nutrisi hewan.

