

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Halocoko Ice Cream Indonesia adalah *brand* baru di bawah Aice Group (PT Aice Indonesia) bergerak di bidang *Food and Beverage* (F&B) yang khusus menghadirkan pengalaman es krim coklat berkualitas tinggi untuk konsumen di Indonesia. PT Halocoko Ice Cream Indonesia merupakan salah satu *brand* dengan spesialis coklat dengan fokus mengembangkan varian es krim coklat yang berbeda dari biasanya dengan coklat yang lebih dominan. Es krim yang dibuat juga merupakan es krim susu rasa coklat buatan Indonesia yang sudah disertai dengan sertifikasi halal, Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), dan Nomor Kontrol Veteriner (NKV).

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Halocoko Ice Cream Indonesia atau lebih dikenal sebagai *brand* halocoko adalah *brand* es krim spesialis coklat yang menjalin kemitraan jangka panjang dengan salah satu produsen coklat dan kakao terbaik di dunia yaitu Cargill. Cargill sebagai pemimpin industri dengan kualitas dan inovasi yang luar biasa menyediakan bahan baku yang mendukung kualitas unggul untuk produk halocoko sehingga memberikan rasa coklat yang otentik dan kaya pada setiap gigitan es krimnya. Dalam perusahaan halocoko memiliki slogan yaitu “*Chocolate Ice Cream, Choose halocoko*”, dengan berkomitmen untuk menciptakan senyuman di setiap gigitan es krim coklat dan mempercayai bahwa kebahagiaan harus terjangkau dan tersedia untuk semua orang. halocoko terlahir dari semangat untuk membuat coklat lebih dari sekadar rasa dan ingin menjadikannya pengalaman yang bisa dinikmati oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. Dimulai dari anak-anak yang mencari keseruan, remaja yang ingin camilan setelah sekolah, hingga orang dewasa yang membutuhkan jeda manis di tengah rutinitas.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Halocoko Ice Cream Indonesia
Sumber: Dokumentasi perusahaan (2025)

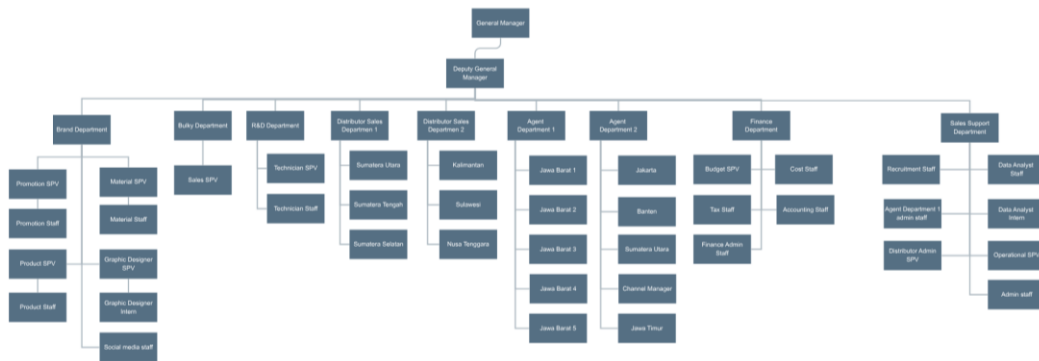
PT Halocoko Ice Cream Indonesia mempunyai visi untuk menghadirkan merek es krim coklat nomor satu di Indonesia dan misi untuk membawa kebahagiaan dengan menghadirkan es krim yang terjangkau, selalu tersedia di mana saja, untuk memuaskan pelanggan setiap saat. Dalam perusahaan sendiri memiliki nilai yang dijunjung tinggi untuk setiap karyawannya yaitu nilai memiliki karakter yang baik, nilai kemampuan belajar yang baik, dan kemampuan eksekusi yang baik. (halocoko, 2024)

2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Halocoko Ice Cream Indonesia merupakan anak perusahaan dari PT Aice Indonesia, berbeda dari PT Aice Indonesia yang sudah berjalan dari tahun 2015 pada bidang F&B pada produk es krim, PT Halocoko Ice Cream Indonesia berada pada bidang yang sama dengan produk es krim spesialis coklat dan mulai berjalan pada tahun 2024 dibangun oleh Shi Fu Lin. Perusahaan terlahir dari semangat untuk membuat coklat yang dapat memberikan pengalaman yang bisa dinikmati oleh konsumen mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa pada seluruh sudut Indonesia. Dibalik dari semua produk es krim halocoko terdapat sebuah mimpi besar untuk memberikan kebahagiaan pada setiap gigitan es krim coklat dipercayai dengan hasil riset yang menunjukkan bahwa 62,8% varian rasa yang banyak difavoritkan oleh masyarakat adalah coklat sehingga dipercayai bahwa coklat memiliki kekuatan ajaib yang dapat memberi senyuman kepada konsumen.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan data yang di terima dari *Human Resource Department* (HRD) PT Halocoko Ice Cream Indonesia, perusahaan memiliki sejumlah karyawan dan tim yang merupakan bagian dari PT Halocoko Ice Cream Indonesia, sehingga dibentuk sebuah struktur dalam perusahaan. Perusahaan PT Halocoko Ice Cream Indonesia memiliki beberapa departemen yaitu departemen *brand*, departemen *bulky*, departemen R&D, departemen distributor *sales* 1 dan 2, departemen agen 1 dan 2, departemen Finance dan departemen *sales support*. Setiap departemen memiliki tugas dan peran masing-masing.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Penulis berada dalam departemen *brand* yang fokus dalam mengembangkan *brand* serta *branding* produk perusahaan. Dalam departemen *brand*, terdapat beberapa tim dalam departemen *brand* yaitu tim promosi (*promotion*) yang bertugas untuk mengadakan *event-event* yang berinteraksi langsung dengan konsumen sebagai bentuk promosi *brand* yang akan di laksanakan oleh *sales* pada daerah-daerah lokasi toko yang menjalin mitra dengan halocoko sehingga meningkatkan *brand awareness* dalam kalangan masyarakat di daerah tersebut. Tim material bertugas untuk menyiapkan seluruh material yang dibutuhkan seperti perlengkapan baju, tas, dan beberapa perlengkapan lainnya untuk *sales* ataupun *Sales Promotional Girl* (SPG) yang bertugas di daerah masing-masing dalam menjalani *event* serta mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan

ketika menghadiri suatu *event* baik untuk seluruh tim *head office*, *sales*, agen maupun distributor. Tim produk (*product*) bertugas untuk menjalin komunikasi dengan pabrik-pabrik pembuatan es krim halocoko, menjalin komunikasi dengan bagian pabrik yang melakukan *Research and Development* (R&D) untuk mendapatkan *feedback* dari konsumen dan mengembangkan varian es krim yang baru, dan melakukan sekaligus memantau progres sertifikasi halal, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), dan Nomor Kontrol Veteriner (NKV) untuk produk-produk es krim halocoko. Tim *Graphic Designer* bertugas untuk melakukan segala desain yang dibutuhkan dalam hal promosi melalui sosial media, desain *booth* untuk *event*, serta desain produk maupun *Merchandise* dari halocoko, dan berbagai desain lainnya yang dibutuhkan. Terakhir yaitu tim sosial media yang bertugas untuk mencari dan membuat konten yang dapat di unggah ke sosial media seperti Instagram, Tiktok, dan berbagai platform sosial media lainnya serta membuat *copywriting* bersama dengan *feeds* ataupun *reels* yang akan diunggah ke platform sosial media.

2.3 Portofolio Perusahaan

PT Halocoko Ice Cream Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Food and Beverage* (F&B), khususnya pada produksi es krim dan didirikan oleh Shi Fu Lin pada tahun 2004. Sejak awal berdiri, perusahaan ini berkomitmen untuk menghadirkan produk es krim yang inovatif, berkualitas, dan mudah dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat. Dalam waktu singkat, halocoko berhasil memperluas jangkauan distribusi hingga ke berbagai wilayah Indonesia, termasuk area Jabodetabek dengan respons pasar yang positif.

Sebagai Perusahaan yang menjadikan kreativitas dan diferensiasi sebagai fondasi utama, halocoko tidak hanya berfokus pada pengembangan rasa dan kualitas produk, tetapi juga dalam ranah desain kemasan sebagai bagian penting dari identitas merek. Setiap kemasan dirancang agar mampu mencerminkan karakter rasa, memberikan daya tarik visual, serta memperkuat citra halocoko sebagai *brand* es krim modern yang ramah dan mudah dikenali. Berikut merupakan

portofolio lengkap desain dan produk es krim yang telah dipublikasikan oleh PT Halocoko Ice Cream Indonesia sejak tahun 2024.

2.3.1 Produk Kemasan Es Krim halocoko

Sejak pertama kali diluncurkan, PT Halocoko Ice Cream Indonesia telah berhasil menghasilkan berbagai varian es krim dalam bentuk stik, cup, dan cone. Setiap varian menjadi representasi dari strategi perkembangan produk perusahaan, mulai dari *signature* produk hingga seri eksperimental yang kini sudah tidak diproduksi lagi. Berikut adalah portofolio lengkapnya

1. Es krim HaloChoco

Varian HaloChoco merupakan produk unggulan PT Halocoko Ice Cream Indonesia yang memadukan es krim coklat dengan susu vanila untuk menghasilkan cita rasa yang seimbang. Lapisan tiga jenis coklat serta keberadaan *crispy chocolate ball* memberikan dimensi tekstur yang berbeda dan memperkaya pengalaman sensoris. Inovasi komposisi tersebut dirancang untuk memenuhi preferensi konsumen terhadap es krim coklat dengan karakter rasa yang intens.



Gambar 2.3 Es krim HaloChoco
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Secara komersial, HaloChoco menjadi varian dengan tingkat penerimaan pasar tertinggi dan berkontribusi besar dalam membangun identitas merek *brand* halocoko. Stabilitas permintaan menunjukkan bahwa produk ini berhasil menyesuaikan diri dengan preferensi mayoritas

konsumen. Dengan performa tersebut, HaloChoco diposisikan sebagai produk *signature* yang mempresentasikan kualitas perusahaan.

2. Es krim 23 Derajat Choco Cone

Varian 23 Derajat Choco Cone diperkenalkan sebagai inovasi yang memadukan es krim coklat dan susu dengan cone renyah sebagai media penyajian. Kombinasi dari tekstur yang *creamy* dan *crunchy* dirancang untuk memberikan pengalaman makan yang lebih dinamis. Produk ini diposisikan untuk menarik konsumen yang menyukai format es krim praktis dan mudah dibawa.



Gambar 2.4 Es krim 23 Derajat Choco Cone
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Produk ini merupakan produk es krim baru yang telah dipublikasi ke pasar maupun melalui sosial media pada bulan September 2025. Varian ini akan menarik perhatian konsumen terutama pada kalangan remaja dan juga dewasa muda yang aktif yang responsif terhadap inovasi bentuk produk tersebut. Es krim varian ini juga membawakan variasi yang baru sehingga membawa ketertarikan konsumen baru dengan lebih beragam pilihan bentuk es krim.

3. Es krim JoyCup

JoyCup dirancang untuk menghadirkan tekstur *soft cream* yang lembut dan kaya melalui format berbentuk cup. Rasa coklat yang dominan memberikan intensitas cita rasa yang konsisten di setiap

sendoknya. Kemasan cup memfasilitasi konsumsi yang lebih fleksibel dan sesuai untuk dinikmati secara perlahan.



Gambar 2.5 Es krim JoyCup
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Bentuk es krim kemasan cup ini memberikan strategi untuk menyasar konsumen yang ingin menikmati pengalaman makan yang perlahan dan tidak terburu-buru. Produk ini memperluas kategori cup premium dalam portofolio perusahaan.

4. Es krim Fantasy Caramel Malt

Varian Fantasy Caramel Malt mengombinasikan es krim susu dengan rasa *caramel malt* yang memberikan cita rasa lebih kaya. Lapisan cokelat *crispy* di bagian luar menambah dimensi tekstur yang berperan meningkatkan kepuasan sensoris. Formulasi ini ditujukan untuk konsumen yang menyukai profil rasa manis dengan karakter malt yang kompleks.



Gambar 2.6 Es krim Fantasy Caramel Malt
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Kehadiran es krim varian ini memberikan opsi bag konsumen yang menginginkan varian yang berbeda dari es krim cokelat tradisional. Produk ini mendukung diversifikasi lini rasa dengan karakter premium.

5. Es krim Fantasy Almond

Fantasy Almond menggunakan es krim vanila sebagai rasa yang berpadu dengan kacang almond dan lapisan cokelat yang *crispy*. Kombinasi ini menghasilkan profil tekstur yang lembut, renyah, dan gurih sehingga memberikan pengalaman makan premium. Resep ini dirancang untuk memenuhi preferensi konsumen terhadap varian bertekstur kompleks.



Gambar 2.7 Es krim Fantasy Almond
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Produk ini diposisikan sebagai varian premium dalam portofolio halocoko karena penggunaan almond sebagai bahan bernilai tinggi. Varian ini memperkuat citra merek dalam menghadirkan produk dengan kualitas rasa yang lebih eksklusif. Kehadirannya juga melengkapi segmen es krim berbasis kacang dalam lini perusahaan.

6. Es krim KakaKres Cokelat

Varian ini dibuat dengan es susu rasa cokelat dengan tambahan lapisan cokelat *crispy* yang renyah, setiap gigitan dari es krim ini

merupakan perpaduan kombinasi antara kelembutan es krim dan renyah di cokelat lapisan luar.



Gambar 2.8 Es krim KakaKres Cokelat
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Varian es krim ini menguatkan dominasi halocoko dalam kategori rasa cokelat yang menjadi favorit konsumen. Produk ini juga membantu mempertahankan relevansi perusahaan di pasar *mass-market*. Kehadirannya memberikan obsi stabil dalam hal permintaan dan distribusi

7. Es krim PisCok Krispi

Es krim varian ini menggunakan es susu dengan rasa pisang yang lembut dan juga manis serta dilapisi dengan cokelat *crispy* di bagian luar dan menghadirkan rasa *creamy* pada setiap gigitannya seperti sedang makan pisang yang dilapisi cokelat.



Gambar 2.9 Es krim PisCok Krispi
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Varian ini menyasar pasar segmentasi anak-anak dan remaja yang cenderung menyukai rasa buah manis. Produk ini memperluas diferensiasi rasa halocoko di luar kategori perpaduan cokelat dan vanila. Keberadaannya turut memperkuat ragam pilihan dalam segmen es krim rasa buah yang dipadukan dengan cokelat.

8. Es krim Tiger Choco

Varian es krim ini menggunakan perpaduan antara susu rasa vanila dan cokelat yang di putar dalam pola garis harimau. Kombinasi warna dan rasa menghasilkan profil yang estetis sekaligus seimbang dari segi cita rasa. Produk ini dirancang untuk konsumen yang menginginkan variasi rasa tanpa kehilangan kesederhanaan.



Gambar 2.10 Es krim Tiger Choco
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Berdasarkan respons pasar, Tiger Choco menjadi salah satu varian yang paling diminati karena tampilan dan rasa yang harmonis. Varian ini berhasil menjangkau konsumen lintas usia.

9. Es krim SuKoCo Kopi

Varian es krim ini merupakan salah satu seri es krim bersama dengan varian es krim SuMiCo Millo dan SuTaCo Taro. Es krim ini menggunakan es krim susu rasa kopi yang dilapisi dengan cokelat *crispy* pada bagian luar.



Gambar 2.11 Es krim SuKoCo Kopi
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Varian ini ditujukan kepada konsumen dewasa muda yang menyukai *dessert* berbasis kopi. SuKoCo Kopi membantu memperluas jangkauan halococo terhadap segmen peminum kopi. Kehadirannya memperkuat seri produk yang sama sebagai kategori tematik dalam lini perusahaan.

10. Es krim SuMiCo Millo

Satu seri dengan varian es krim SuKoCo Kopi dan SuTaCo Taro, varian es krim ini menggunakan susu rasa malt dan cokelat lapis dengan tekstur yang *crispy*. Produk ini memiliki kombinasi sempurna antara manisnya cokelat dengan rasa klasik malt yang menciptakan pengalaman rasa yang tidak terlupakan bagi konsumen.



Gambar 2.12 Es krim SuMiCo Millo
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Varian ini membantu memperluas konsistensi tema produk yang satu seri dengan varian es krim ini. Produk ini menargetkan konsumen yang menginginkan rasa dekat dengan minuman cokelat malt yang populer. Kehadirannya memberikan varian rasa yang lebih lembut namun tetap kaya.

11. Es krim SuTaCo Taro

Satu seri dengan varian es krim SuKoCo Kopi dan SuMiCo Millo, varian es krim ini menggunakan es susu rasa taro dengan cokelat lapisan luar dengan tekstur *crispy*. Setiap gigitan dari es krim ini terasa istimewa dengan lapisan cokelat *crispy* yang menambah kerenyahan dan kekayaan pada rasa es krim. Perpaduan rasa taro yang unik dan manis cokelat menciptakan sensasi rasa yang menakjubkan.



Gambar 2.13 Es krim SuTaCo Taro
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Varian ini menarik konsumen yang menginginkan rasa unik di luar pilihan klasik. SuTaCo Taro memperkuat posisi *brand* halococo dalam merespons perkembangan tren rasa modern. Produk ini memperluas ragam pilihan es krim.

12. Es krim KastilEs Gula Kelapa

Salah satu seri es stik KastilEs dengan citra rasa manis gula merah bubuk dengan setiap gigitan dari es stik ini menghadirkan sensasi

segar. Aroma khas gula kelapa yang ideal untuk menemani aktivitas harian atau sebagai camilan spesial di acara istimewa.



Gambar 2.14 Es krim KastilEs Gula Kelapa
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Meskipun memiliki nilai keunikan, minat konsumen terhadap varian ini terbilang rendah sehingga produknya dihentikan. Keputusan tersebut diambil berdasarkan evaluasi pasar yang menunjukkan preferensi lebih kuat terhadap rasa yang lebih umum. Penghentian produk ini membantu perusahaan memfokuskan produksi pada varian yang lebih kompetitif.

13. Es krim KastilEs Yogurt

Satu seri es stik KastilEs dengan menghadirkan kelezatan unik dengan rasa asam manis yang khas dari yogurt dan sempurna untuk cuaca panas atau sebagai camilan setelah beraktivitas.



Gambar 2.15 Es Stik Rasa Yogurt
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Varian ini telah mempertahankan posisinya karena memiliki tingkat penerimaan yang lebih baik dibandingkan beberapa varian yang lainnya. Produk ini membantu menyediakan alternatif rasa non-cokelat yang tetap relevan. Keberadaannya menambah keberagaman varian dalam lini es stik perusahaan.

14. Es Krim KastilEs Teh

Termasuk dalam satu seri es stik KastilEs dengan varian rasa teh hitam. Perpaduan unik dari citra rasa teh hitam yang menghadirkan sensasi manis dan lembut pada setiap gigitannya.



Gambar 2.16 Es krim KastilEs Teh
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Namun, rendahnya permintaan konsumen membuat produk ini dihentikan dari proses produksi. Evaluasi pasar menunjukkan bahwa varian dengan rasa teh kurang kompetitif dibandingkan rasa populer lainnya.

15. Es krim KastilEs Kopi

Termasuk dalam seri es stik KastilEs yang terbuat dari kopi dan tambahan kakao yang menciptakan citra rasa unik yang disukai oleh konsumen. Produk ini dirancang sebagai pilihan sederhana bagi konsumen yang menginginkan es krim kopi dalam format stik. Karakter

rasa yang tajam menjadikannya berbeda dari varian kopi premium lainnya.



Gambar 2.17 Es krim KastilEs Kopi
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Karena permintaan yang rendah, produk ini dihentikan untuk menjaga efektivitas produksi. Konsumen cenderung lebih memilih varian kopi dalam format premium seperti SuKoCo Kopi.

16. Es krim KastilEs Cokelat

Termasuk satu seri dengan es stik KastilEs dengan rasa cokelat yang autentik sebagai camilan disiang hari. Produk ini menawarkan opsi es stik yang mudah dinikmati tanpa elemen tambahan. Kesederhanaan rasa membuatnya mudah diterima oleh konsumen dari berbagai usia,



Gambar 2.18 Es krim KastilEs Cokelat
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Varian ini berfungsi sebagai fondasi dasar rasa coklat pada seri KastilEs. Produk ini juga membantu mempertahankan keterjangkauan varian untuk segmen harga lebih rendah. Kehadirannya stabil dalam penjualan harian dan mendukung distribusi luas.

17. Es krim KastilEs Semangka + Nanas

Varian es krim ini masih merupakan salah satu series dari es KastilEs stik. Varian es stik ini menggunakan perpaduan rasa semangka dan nanas yang merupakan es krim yang sempurna untuk musim panas yang disertai dengan kesegaran semangka dan asam manis dari nanas.



Gambar 2.19 Es krim KastilEs Semangka + Nanas
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Varian ini memperluas kategori buah dan menghadirkan opsi yang berbeda dari susu. Produk ini memberikan konsumen yang menginginkan es krim dengan rasa lebih ringan dan segar. Keberadaannya menambah variasi dalam kategori es stik rasa buah

18. Es Krim 143Cup

Termasuk satu seri dengan Es Krim JoyCup yang menggunakan wadah cup sebagai kemasan, berbeda dengan citra rasa coklat pada es krim halocoko, produk ini berfokus dengan citra rasa susu. Es krim ini terbuat dari perpaduan antara susu segar dengan pure stroberi.



Gambar 2.20 Es krim 143Cup
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Varian ini memperkaya kategori cup dalam portofolio halocoko dan menyasar konsumen yang menyukai rasa susu dengan sentuhan buah. Produk ini menjadi alternatif bagi konsumen yang menginginkan rasa selain cokelat. Kehadirannya membantu memperluas jangkauan pasar dalam segmen es krim cup.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA