

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT. Sarana Inti Indotama adalah pemasok yang berbasis di Tangerang, didirikan pada tahun 1997. Sejak tahun 2007, mereka telah memproduksi bahan-bahan berkualitas tinggi untuk kedai kopi, hotel, restoran, dan penggunaan pribadi, serta telah mengembangkan banyak produk. Produk mereka meliputi sirup, bubuk, saus, gula cair, konsentrat, saus, biji kopi, dan bubuk jeli dalam berbagai rasa yang semuanya tersedia di *digital marketplace*. Berikut profil dan sejarah perusahaan yang lebih detail:

2.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT Sarana Inti Indotama
Sumber: Zola / Dokumentasi Perusahaan (2025)

PT Sarana Inti Indotama merupakan pemasok dan distributor produk makanan dan minuman dengan *brand* TOFICO. Mereka bergerak di bidang produk makanan dan minuman dengan *brand* TOFICO yang hadir dalam berbagai macam produk dengan segala macam varian rasa dan jenis, seperti sirup, minuman bubuk, puree, konsentrat, puding saus topping, jeli, saus masak, dan biji kopi. Perusahaan tersebut berlokasi di Pergudangan Berlian 88, Blok D17, Jl. Kp. Dukuh Pinang Gawir, Kel, Bojong Nangka, Kec. Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Banten dan terdaftar di pemerintah

dengan NIB No. 9120206892213. Saat ini, perusahaan memiliki 4 pabrik di mana dua pabrik diantaranya digunakan untuk memproduksi produk bubuk dan cair, satu pabrik digunakan sebagai tempat pencetakan dan pelabelan, dan yang terakhir digunakan sebagai tempat kantor *marketing* sekaligus tempat memproduksi produk cair siap pakai.



Gambar 2.2 Gold Logo TOFICO
Sumber: Zola / Dokumentasi Perusahaan (2025)

Nama TOFICO berasal dari gabungan kata 'TOFEE' dan 'COFFEE'. Toffee adalah permen yang terbuat dari campuran gula atau molase, mentega, dan susu, yang dimasak pada suhu tinggi sehingga menghasilkan tekstur yang kenyal atau keras saat dingin. Coffee adalah minuman yang terbuat dari biji kopi yang disangrai dan digiling, kemudian diseduh dengan air panas.

Tagline FlavOurNation, yang berarti Rasa Cita Bangsa, berasal dari gabungan kata 'FLAVOUR' dan 'NATION'. *Flavour* dapat diartikan secara luas dalam berbagai bidang, misalnya dalam perusahaan adalah rasa tanggung jawab dan rasa memiliki, dalam seni dan kreativitas adalah menciptakan dan menyempurnakan sesuatu yang memiliki karakteristik unik sehingga memiliki nilai. *Nation* berarti sekumpulan kelompok besar orang yang memiliki beragam latar belakang dan kesamaan budaya, yang dicontohkan oleh komunitas-komunitas kecil. *Nation* juga diartikan sebagai bangsa yang menghargai dan mencintai rakyatnya sendiri, terlepas dari perbedaan mereka, dan menyatukan mereka dalam suatu nilai nasional.

TOFICO mempunyai visi untuk menjadi perusahaan distribusi yang terdepan dan berkembang, dicapai dengan mengutamakan kualitas layanan tertinggi kepada semua pelanggan dan mitra bisnis mereka, menjangkau

secara global, dan meningkatkan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat luas. Selain itu, misi mereka meliputi:

1. Mendistribusikan makanan dan bahan makanan berkualitas tinggi.
2. Memelihara, mengawasi, dan memastikan produk tiba dalam kondisi baik selama pendistribusian.
3. Menyediakan layanan, pelatihan, informasi produk terkini, dan fasilitas pengembangan aplikasi produk serta menjalin hubungan yang erat dan saling menguntungkan dengan seluruh mitra bisnis.
4. Memberikan layanan terbaik dengan dukungan tenaga kerja yang andal dan terlatih, beretika, dan santun dengan mengedepankan tanggung jawab dan kepedulian.
5. Membangun jaringan pasokan seluas-luasnya di seluruh dunia.
6. Membangun hubungan dengan industri makanan melalui kolaborasi dengan mitra bisnis berkualitas baik dan halal di Indonesia.
7. Mengajak para petani dan peternak di Indonesia untuk bekerja sama memberikan manfaat dan kepentingan bagi masyarakat demi kebaikan bersama.
8. Selalu memperkuat dan mengembangkan Perusahaan dengan terus mengikuti dan menerapkan perkembangan teknologi, informasi, dan sistem yang pesat dan tepat guna, serta mendukung sumber daya dan melestarikan alam.

Sesuai dengan visi dan misinya untuk memberikan produk terbaik dan berkualitas tinggi, Mereka menekankan bahwa produk mereka memiliki rasa asli dan bahan-bahan alami serta telah menerima sertifikat dan akreditasi sehingga konsumen tidak perlu khawatir tentang kualitas, keamanan, dan kebersihan. Saat ini, TOFICO memiliki sertifikat Halal, sertifikat BPOM, akreditasi KAN, serta sertifikasi ISO 9001 dan ISO 22000.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

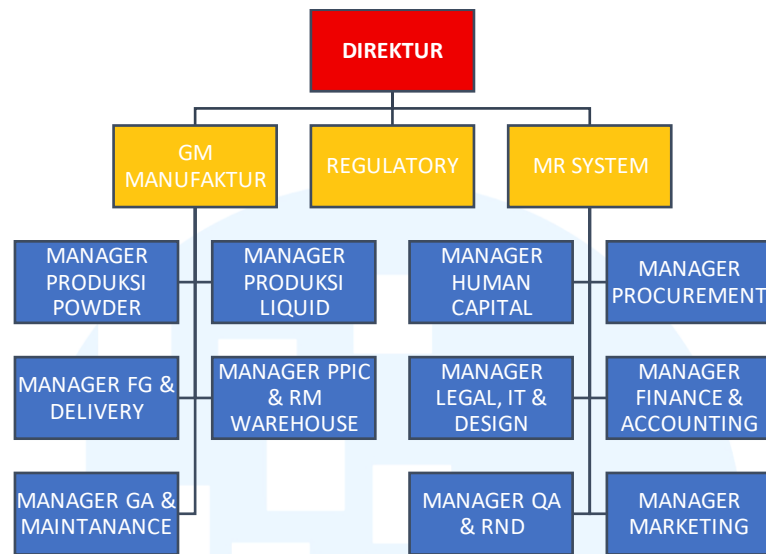


Gambar 2.3 TOFICO Showroom
Sumber: PT Sarana Inti Indotama LinkedIn

Didirikan pada tahun 1997, PT Sarana Inti Indotama merupakan pemasok bahan baku industri di Tangerang. Hingga pada tahun 2007, perusahaan ini beralih dari pemasok bahan baku menjadi distributor makanan dan minuman, terutama menjual produk cair dan bubuk dengan *brand* TOFICO. Selama satu dekade sejak didirikan, PT Sarana Inti Indotama telah berekspansi ke seluruh Indonesia dengan lebih dari 10 gerai distribusi dan berkolaborasi dengan berbagai hotel, kafe, restoran, dan influencer makanan. Saat ini, *brand* mereka, TOFICO, dianggap sebagai salah satu distributor sirup terbesar di Indonesia dan berencana untuk berekspansi ke luar negeri.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

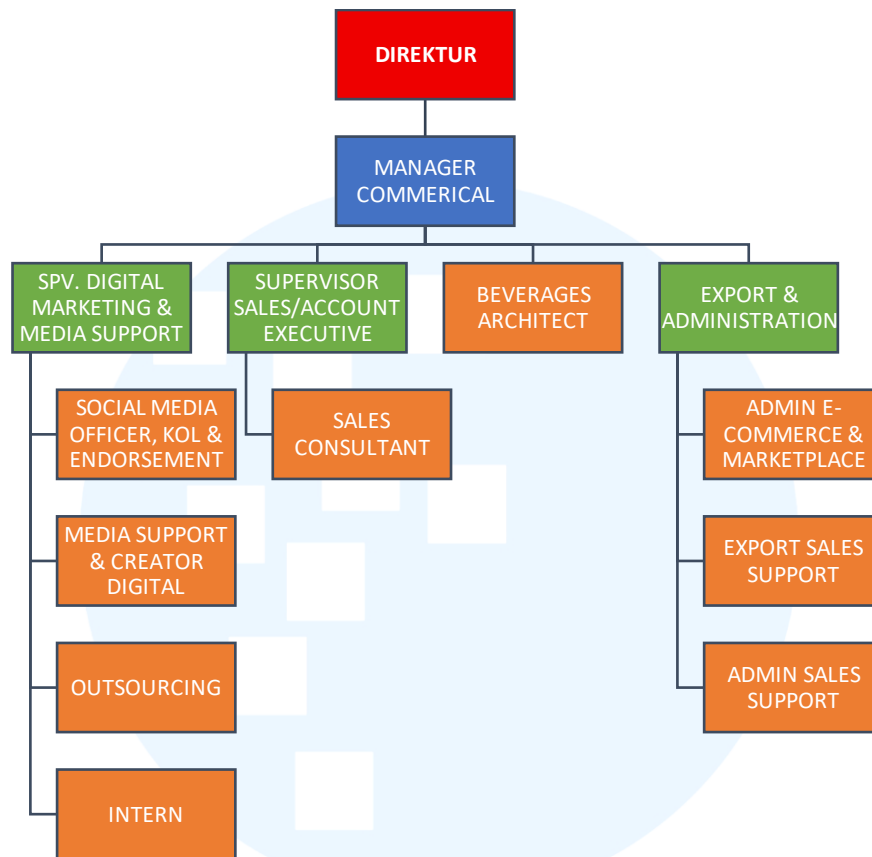
Bagan struktur organisasi TOFICO terdiri dari 5 tingkatan, dengan Level 1 sebagai tingkatan tertinggi dan Level 5 sebagai tingkatan terendah. Bagan struktur TOFICO dibagi menjadi dua, yaitu manajer dan departemen *commercial*. Berikut merupakan bagan struktur manajer dan departemen *commercial* TOFICO:



Gambar 2.4 Bagan Struktur *Manager* TOFICO
Sumber: Zola / Dokumentasi Perusahaan (2025)

Bagan struktur *manager* TOFICO terdiri dari 3 level. Level tertinggi adalah Level 1 yang hanya terdiri dari satu individu, yaitu Direktur, yang bertanggung jawab atas Level 2, yang terdiri dari General Manager (GM) Manufaktur, Regulatory, dan Manager Representative (MR) System.

General Manager Manufaktur bertanggung jawab untuk mengawasi operasi manufaktur di perusahaan, yaitu menjadi pengawas atas *manager-manager* di Level 3 dalam bidang tersebut, seperti Manager Produksi Powder, Manager Produksi Liquid, Manager Finished Goods (FG) dan Delivery, Manager Product Planning & Inventory Control (PPIC) dan Raw Materials (RM) Warehouse, serta Manager General Affairs (GA) dan Maintenance. Selanjutnya, Manager Representative System bertanggung jawab untuk mengawasi sistem manajemen dalam perusahaan dan *manager-manager* di Level 3 dalam bidang tersebut, seperti Manager Human Capital, Manager Procurement, Manager Legal, Information Technology (IT) dan Design, Manager Finance dan Accounting, Manager Quality Assurance (QA) dan Research & Development (RND), serta Manager Marketing.



Gambar 2.5 Bagan Struktur Departemen *Commercial* TOFICO
Sumber: Zola / Dokumentasi Perusahaan (2025)

Dalam bagan struktur departemen *commercial* TOFICO, mirip dengan bagan struktur manager, dimulai dengan Direktur di Level 1, yang bertanggung jawab langsung kepada Manager Commercial di Level 3. Manager Commercial bertanggung jawab untuk mengawasi proyek-proyek perusahaan dan bertanggung jawab atas Level 4, yaitu Supervisor Digital Marketing dan Media Support, Supervisor Sales / Account Executive, Export dan Administration, serta Beverages Architect yang berada di Level 5.

Supervisor Digital Marketing dan Media Support bertanggung jawab untuk mengelola pemasaran online dan mendukung aktivitas media digital, mereka bertanggung jawab atas Level 5 yang terdiri dari Social Media Officer, Key Opinion Leader (KOL) dan Endorsement, Media Support dan Creator Digital, serta outsourcing. Export dan Administration bertanggung jawab mengelola proses pemindahan barang, mereka juga bertanggung jawab atas Level 5 yang terdiri dari

Admin E-commerce dan Marketplace, Export Sales Support, serta Admin Sales Support.

2.3 Portofolio Perusahaan

Karena PT Sarana Inti Indotama adalah perusahaan di bidang makanan dan minuman, maka perusahaan ini tidak memiliki portofolio khusus yang didedikasikan untuk desain kreatif. Namun, mentor penulis telah menyediakan media yang melibatkan desain, termasuk brosur digital, profil perusahaan, dan video. Berikut adalah beberapa karya desain perusahaan:

2.3.1 Flyer *Social Media*

Sebagian besar desain PT Sarana Inti Indotama adalah postingan media sosial mereka, yang terdiri dari postingan seperti penemuan kafe, resep masakan, acara, dokumenter, konten promosi, dan sebagainya. Gambar-gambar yang penulis tunjukkan di atas adalah desain *promotional flyer* perusahaan mengenai produk mereka yang sedang memiliki promosi.



Gambar 2.6 Flyer *Social Media* TOFICO
Sumber: Zola / Dokumentasi Perusahaan (2025)

TOFICO mengunggah *promotional flyer* setiap hari di platform media sosial mereka seperti Instagram dan TikTok untuk memberi tahu pelanggan mereka tentang promosi selama periode waktu tertentu, lengkap dengan

tautan untuk mengarahkan pelanggan ke *marketplace* mereka seperti TikTok Shop dan Shopee. Desainnya menekankan kesederhanaan, menggabungkan warna *brand* TOFICO, merah dan emas, beserta aset mereka seperti spanduk, logo, dan foto produk. Terkadang juga disertakan terdapatnya hadiah gratis jika pelanggan membeli melalui tautan tersebut seperti tas, buku catatan, catatan tempel, dan sebagainya.

2.3.2 Company Profile

TOFICO memiliki profil perusahaan yang tersedia di situs web resmi mereka dan pengguna dapat mengunduh berkas PDF-nya. Profil perusahaan terbaru mereka adalah edisi 2024. Profil perusahaan ini diberikan kepada pelanggan untuk memperkenalkan perusahaan dan produk-produk mereka, serta lokasi cabang-cabang mereka yang lain di Indonesia. Profil perusahaan ini juga menyediakan versi bahasa Inggris jika pelanggan tidak fasih berbahasa Indonesia



Gambar 2.7 Company Profile TOFICO
Sumber: Zola / Dokumentasi Perusahaan (2025)

Profil perusahaan berisi informasi singkat tentang perusahaan dan daftar informasi serta sertifikasi produk mereka. Daftar informasi produk ini mencakup spesifikasi produk yang terperinci seperti masa simpan, volume, kondisi penyimpanan untuk produk cair dan bubuk mereka, dengan informasi tambahan mengenai kombinasi terbaik dengan produk mereka dan berapa banyak penyajian yang disarankan. Profil perusahaan ini kemudian diakhiri

dengan informasi kontak dan media sosial mereka serta pemindaian kode QR yang mengarah ke katalog produk mereka.

Seperti halnya dengan desain *promotional flyers* mereka, profil perusahaan dirancang dengan mengutamakan kesederhanaan, menggunakan warna merah tua dan emas yakni merupakan warna *brand* mereka. Namun, tata letak profil perusahaan masih kurang.

2.3.3 Video Resep

Selain unggahan media sosial, PT Sarana Inti Indotama juga mendesain video mereka sendiri. TOFICO memiliki YouTube *channel*, tempat mereka mengunggah satu atau dua video memasak atau membuat minuman menggunakan resep dan produk mereka sendiri setiap minggu. Video-video tersebut berdurasi mulai dari 5 menit hingga lebih dari 10 menit, dengan tujuan untuk menunjukkan kepada konsumen beragam hidangan, hidangan penutup, atau minuman yang dapat mereka kreasikan dengan produk TOFICO



Gambar 2.8 Video Resep TOFICO
Sumber: Zola / Dokumentasi Perusahaan (2025)

Proses pembuatan video dimulai dengan memikirkan resep yang akan dibuat, dan melakukan uji coba memasak untuk memastikan resep tersebut enak dan sempurna untuk diabadikan di kamera. Selanjutnya, dilanjutkan dengan merekam beberapa cuplikan proses memasak dari berbagai sudut pandang serta "koki" dalam video tersebut, yang kemudian dikompilasi ke dalam perangkat lunak penyunting video untuk menyempurnakan rekaman, menambahkan musik latar, dan menambahkan teks. Setelah selesai, video

preview diunggah ke media sosial, sementara video resep lengkap diunggah ke YouTube *channel* mereka.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA