

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT United Family Food (UNIFAM) merupakan salah satu perusahaan *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG) terkemuka di Indonesia yang berfokus pada produksi makanan dan minuman ringan. Didirikan pada tahun 1972, UNIFAM berkembang menjadi produsen dengan portofolio luas seperti Milkita, Jagoan Neon, dan Super-Zuper. Ekspansi distribusi mencakup pasar domestik dan internasional di Asia, Timur Tengah, Afrika, hingga Amerika, dengan penekanan pada standar mutu dan keamanan pangan global.

Seiring skala bisnis yang meningkat, UNIFAM memperkuat rantai pasok dan distribusi sekaligus melakukan transformasi digital untuk menjaga efisiensi operasional. Salah satu inisiatif kunci adalah penerapan sistem *Sales Force Automation* (SFA) yang mendukung pencatatan penjualan, kunjungan toko, dan aktivitas pemasaran lapangan [2, 5]. Penguatan kapabilitas digital ini selaras dengan kebutuhan perusahaan untuk merespons dinamika pasar dengan cepat dan mempertahankan daya saing [6].



Gambar 2.1. Logo PT United Family Food

Bidang Usaha

PT United Family Food bergerak di bidang industri makanan dan minuman (*Food & Beverage*), khususnya kategori *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG).

Produk utama meliputi permen, biskuit, wafer, minuman susu, dan makanan ringan lainnya yang dipasarkan untuk segmen anak-anak dan keluarga. Perusahaan juga aktif dalam inovasi produk, pengembangan varian baru, serta perluasan jaringan distribusi ke pasar internasional.

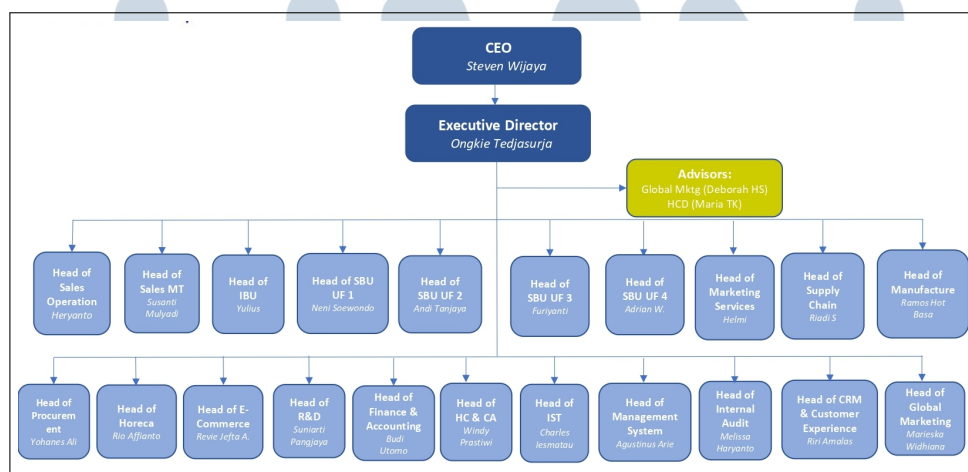
Visi

Untuk menyelaraskan visi perusahaan dengan misi yang kami layani, kami berkomitmen penuh untuk menjadi Pemain Kelas Dunia di industri makanan yang mengutamakan Pengalaman Konsumen dengan Organisasi dan Budaya A-Team. Dengan menggabungkan strategi yang progresif dan semangat kekeluargaan yang positif, kami secara konsisten terus bergerak untuk mencapai tujuan kami.

Misi

Membantu para Ibu untuk menjadi orang tua sekaligus teman yang akrab bagi anak-anak dan keluarganya dengan memberikan solusi yang menyenangkan, ramah dan lebih baik untuk keluarga.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Struktur organisasi PT United Family Food membagi peran lintas fungsi untuk memastikan produksi, distribusi, dan operasi berjalan efektif. Penempatan

magang berada di Divisi IT dan Pengembangan Produk Digital dalam lingkup *Information System Technology* (IST), yang berperan merancang, memelihara, dan mengembangkan sistem digital perusahaan.

Tim IST menangani peningkatan antarmuka pengguna (*UI*), pengalaman pengguna (*UX*), serta pengembangan *Design System* agar setiap sistem internal memiliki konsistensi tampilan dan interaksi. Dalam konteks SFA, tim ini berkolaborasi dengan divisi sales dan pemasaran untuk memetakan kebutuhan lapangan, menyederhanakan alur kerja, serta memastikan fitur baru dapat diadopsi cepat dengan standar desain yang seragam.

2.3 Portfolio Perusahaan

UNIFAM menerapkan proses produksi dan kontrol kualitas yang terstandarisasi untuk menjaga integritas produk, sekaligus membangun reputasi merek melalui inovasi dan kinerja distribusi. Portofolio berikut merangkum sertifikasi serta penghargaan utama yang mendukung kepercayaan pasar:

Sertifikasi Standar Kualitas dan Keamanan

- **Good Manufacturing Practices (GMP):** Menjamin konsistensi kualitas proses produksi.
- **ISO 9001:2015:** Sistem manajemen mutu yang diakui internasional.
- **HACCP Certified:** Pengendalian bahaya biologis, kimia, dan fisik pada rantai pangan.
- **BRC Food Certified:** Memenuhi *Global Standard for Food Safety Issue 9*.
- **Halal Certification:** Kepastian kehalalan produk.
- **SNI (Standar Nasional Indonesia):** Kepatuhan pada spesifikasi teknis nasional.
- **NKV (Nomor Kontrol Veteriner):** Kelayakan dasar keamanan produk hewan.
- **UN Global Compact Participant:** Komitmen pada inisiatif keberlanjutan korporat.

Penghargaan Perusahaan

- **Top Brand Kids 2023:** Merek pilihan utama konsumen kategori produk anak-anak.
- **Stellar Workplace Award (2021 & 2022):** Lingkungan kerja positif dengan keterlibatan karyawan tinggi.
- **Indonesia Digital Popular Brand Award (2020 & 2021):** Popularitas merek di kanal digital.
- **Indonesia WOW Brand 2021:** Tingkat advokasi dan rekomendasi pelanggan yang kuat.

