

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Zaochen Food adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menghasilkan makanan dan minuman sehat. Perusahaan ini didirikan atas ide seorang pengusaha muda yang sangat mencintai seni kuliner dan kepedulian terhadap kesehatan masyarakat pada tahun 2021.

Zaochen Food memulai bisnisnya dengan berkonsentrasi pada produksi bubur organik yang diolah tanpa penyedap berbahaya. Setiap langkah proses produksi didasarkan pada komitmen terhadap kesehatan konsumen. Memanfaatkan bahan-bahan organik berkualitas tinggi dan menghindari penggunaan pengawet buatan, pewarna, dan MSG, pendiri menerapkan prinsip bahwa apapun yang menjadi makanan yang masuk ke tubuh, itu akan berdampak pada tubuh itu sendiri juga. sehingga membuat produk yang diciptakan tidak mengandung bahan kimia berbahaya. Zaochen Food mulai menambah segmen kopi berkualitas premium pada tahun kedua bisnisnya. Pemilihan biji kopi lokal dari berbagai wilayah di Indonesia menunjukkan komitmen perusahaan untuk membantu petani lokal dan meningkatkan potensi kopi nusantara. Selama periode ini, perusahaan juga mulai menerima pesanan untuk berbagai jenis kue basah dan kue kering. Produk seperti panna cotta dengan rasa lokal, kue sus yang dibuat setiap hari dengan bahan segar, dan berbagai jenis kue kering tradisional seperti nastar dengan berbagai rasa baru mulai disukai pelanggan, terutama menjelang musim perayaan dan acara khusus.

Zaochen Food telah mengalami pertumbuhan yang signifikan setelah beroperasi selama kurang lebih empat tahun. Perusahaan berhasil membangun basis pelanggan yang setia dan terus berkembang, yang terdiri dari orang-orang yang mengutamakan produk makanan sehat.

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Visi Zaochen Food adalah menjadi bagian penting di dunia usaha mikro kecil menengah yang fokus pada makanan sehat di Indonesia. Produk mereka dibuat dengan standar tinggi, memakai bahan organik rempah asli daerah. Dengan langkah pasti, perusahaan berkomitmen tidak sekadar mengejar *profit* tapi juga membuka jalan baru bagi industri pangan yang berfokus pada makanan sehat yang mengedukasi dan menggerakkan perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia menuju gaya hidup yang lebih sehat dan *sustainable*.

Sedangkan Misinya ialah, berkomitmen menawarkan produk makanan sehat premium yang dibuat dari bahan organik pilihan dan bebas dari zat aditif berbahaya, memastikan konsumen mendapatkan produk yang aman dan bergizi. Kedua, Zaochen mengoptimalkan potensi rempah-rempah lokal Indonesia untuk dikembangkan menjadi produk konsumsi kesehatan yang inovatif dan praktis bagi masyarakat modern tanpa mengorbankan nilai gizinya. Dan yang ketiga, Zaochen membangun ekosistem kemitraan berkelanjutan dengan petani organik dan *supplier* bahan baku lokal untuk menciptakan rantai pasokan yang transparan, menguntungkan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

2.1.2 Logo Perusahaan

Logo Zaochen food pada awalnya dibentuk dengan memikirkan hal yang berkaitan dengan menu pertama mereka yaitu bubur, yang mana di Indonesia bubur dikenal sebagai menu sarapan pagi yang biasa dinikmati pagi hari, maka dari itu Zaochen food mempunyai ide untuk memberi nama perusahaan mereka dengan bahasa mandarin dari kata “pagi”. Setiap bagian dari logo ini memiliki arti khusus yang menunjukkan prinsip utama perusahaan. perusahaan.



Gambar 2.1 Logo Zaochen
Sumber Gambar: dokumentasi perusahaan, 2025

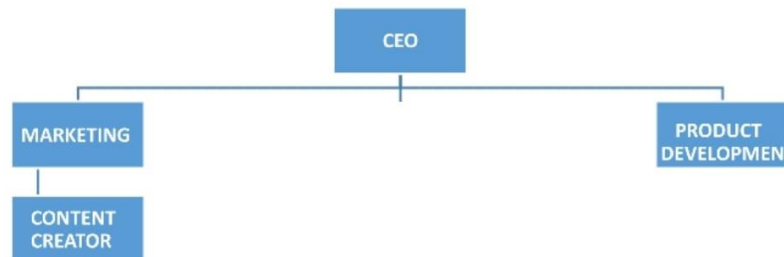
1. Karakter Tiongkok: "早晨" memiliki arti "pagi hari". Tujuan penggunaan karakter ini adalah untuk menciptakan kesan segar, hidup, dan optimis, yang sesuai dengan tujuan merek untuk memberikan konsumen awal hari yang baik.
2. Tipografi (*Font*): Nama merek Zaochen ditulis dengan font yang ringan penempatannya secara vertikal memberikan kesan minimalis dan elegan, yang membedakannya dari gaya tradisional karakter Tiongkok di sebelahnya kaligrafi tradisional.
3. Slogan (Tagline): Pernyataan merek yang kuat, "*you deserve the best!*" Kalimat ini menunjukkan komitmen Zaochen food untuk selalu memberikan kualitas produk yang terbaik. Slogan ini membangun kepercayaan dan loyalitas dengan memberi tahu setiap pelanggan bahwa mereka berhak mendapatkan yang terbaik

2.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam struktur perusahaan Zaochen food terdapat 4 bagian yang terdiri dari 4 individu dengan turunan sebagaimana divisualisasikan pada gambar 2.2. Penjelasan mendalam mengenai posisi masing-masing individu sebagai berikut :

1. Jeremy Putra Gunawan, *Lead Media Planner* selaku *CEO* : menjadi ketua dalam penyusunan strategi perencanaan perusahaan serta ide konten maupun inde produksi untuk kebutuhan *branding* seluruh kegiatan operasional dan pengelolaan dalam perusahaan.

2. Fiyeen Eveline, *Marketing Officer* : menjadi bagian dari pemasaran produk perusahaan serta ikut membantu membuat dan menyempurnakan indeks konten maupun produksi produk dari perusahaan serta melaksanakan komunikasi antar *partners* dan *stakeholders* demi terciptanya kerja sama tim yang baik..
3. Ling Ling Asnawi, *Content Creator* : membantu dalam proses pembuatan konten pada platform perusahaan, baik dalam bentuk *copywriting*, maupun desain untuk produk, serta ikut juga dalam melakukan *marketing* demi terciptanya *brand image*
4. Kevin Kurniawan, *Product Development* : ikut turut dalam menciptakan produk baru, serta melakukan riset mengenai tren pasar guna membantu dalam berinovasi agar hasil produksi dapat dinikmati oleh pembeli



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Zaochen food
Sumber Gambar: Dokumentasi perusahaan 2025