

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Seidai Kibo Nusantara

PT Seidai Kibo Nusantara merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *food and beverage* yang fokus pada pengembangan produk *dessert* dan *gifting* atau memberi hadiah dengan konsep yang premium tapi tetap memiliki harga yang terjangkau. Perusahaan ini didirikan oleh Mario Rovani selaku Chief Executive Officer (CEO) dan Vicky Kurniawan selaku Co-Founder pada tahun 2016, dengan *brand* utamanya, yaitu Kibo Cheese yang terinspirasi dari kata “kibō” dalam bahasa Jepang yang memiliki arti sebagai “harapan.”



Gambar 2.1 Logo Kibo Cheese

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Gambar di atas menunjukkan logo dari *brand* Kibo Cheese, salah satu *brand* dari perusahaan PT Seidai Kibo Nusantara. Sejak awal berdirinya, PT Seidai Kibo Nusantara memulai operasionalnya melalui toko *online* sebelum berkembang menjadi toko *offline* dan memperluas jangkauan bisnisnya. Sampai di saat ini, PT Seidai Kibo Nusantara telah memiliki 35 cabang toko *offline*, dan merupakan yang terbesar di seluruh wilayah Jabodetabek dan Bandung. Mereka juga telah mengembangkan beberapa *brand* lainnya seperti Kibo Cafe dan SISU Healthy Eatery yang menunjukkan inovasi perusahaan dalam mengadakan pengalaman kuliner dan pemberian hadiah yang beragam bagi para konsumen.

Produk yang ditawarkan oleh Kibo Cheese sangat beragam dan lebih fokus pada kategori makanan penutup atau *dessert* dan *gifting*, yang direncanakan untuk berbagai momen spesial. Kibo Cheese dikenal dari produk *signature*-nya seperti Japanese molten cheesecake dalam ukuran yang kecil dan diberikan nama 'Kibo Mini.' Mereka juga ada produk lainnya seperti *whole cakes*, *sliced cakes*, hingga berbagai macam *cookies premium*. Selain itu, Kibo Cheese juga menawarkan *seasonal hampers* yang dikurasi secara khusus untuk setiap perayaan tertentu, seperti *Chinese New Year*, *Eid-Al Fitr*, *Christmas*, dan lain-lain. Produknya tidak hanya berfungsi sebagai produk konsumsi, tapi produk Kibo juga dibuat dengan kemasan yang menarik dan elegan sehingga sangat cocok untuk dijadikan hadiah yang berarti bagi para konsumennya.

PT Seidai Kibo Nusantara juga memperkuat keberadaannya melalui *outlet offline* yang telah tersebar di berbagai lokasi strategis, khususnya di pusat perbelanjaan atau *mall* yang *modern*. Keberadaan *outlet offline* ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk melakukan transaksi penjualan, tapi juga sebagai media untuk mengadakan pengalaman *brand* secara langsung kepada para konsumen menggunakan konsep toko yang *aesthetic* dan premium. Salah satu cabang yang memiliki tingkat kunjungan tinggi adalah *outlet offline* Kibo Cheese yang berlokasi di Lotte Mall Jakarta lantai LG, yang dikenal ramai oleh para pengunjung dan dapat memperlihatkan identitas visual dari *brand* sekaligus memberikan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan bagi para pelanggan.



Gambar 2.2 Outlet Kibo Cheese Lotte Mall Jakarta

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Selain *brand* Kibo Cheese, terdapat juga *brand* Kibo Cafe dan SISU Healthy Eatery yang memiliki konsep cafe yang digabung dengan restoran, dan lokasi utamanya berada di kawasan Bintaro, tepatnya di Jl. Kasuari No.17, Blok HB3, Pd. Pucung, Kec. Pd. Aren, Tangerang. Kibo Cafe mengadakan suasana cafe yang cukup nyaman dengan menawarkan berbagai macam pilihan *dessert* dan minuman unik, sehingga sesuai untuk aktivitas bersantai maupun berkumpul dengan teman atau keluarga. Sementara itu, SISU Healthy Eatery melengkapi pengalaman tersebut dengan menawarkan menu makanan berat yang lebih berfokus pada gaya kehidupan sehat, dengan pilihan makanan yang lebih seimbang dan bernutrisi.

Kombinasi dari kedua *brand* ini dalam satu tempat menunjukkan strategi perusahaan dalam memperluas segmentasi pasar dan dapat menghasilkan pengalaman konsumsi yang lebih menyeluruh. Para konsumen juga tidak hanya dapat menikmati *dessert* yang khas, tapi juga memiliki alternatif pilihan makanan berat yang sehat dalam satu kunjungan, hal itu dapat meningkatkan nilai tambah serta kenyamanan bagi pelanggan. Selain itu, Kibo Cafe juga hadir di dua lokasi lainnya, yaitu di Antasari Place dan K Mall at Menara Jakarta untuk menjangkau pelanggan dengan lebih luas lagi. Untuk Head Office PT Seidai Kibo Nusantaranya sendiri terletak di Jalan Nusa Jaya No. 18B, Bintaro.



Gambar 2.3 Head Office PT Seidai Kibo Nusantara

Sumber: Dokumentasi Magang (2026)

PT Seidai Kibo Nusantara juga terus mengembangkan strategi dalam berbisnis dengan menggabungkan layanan Business to Customer (B2C) dan Business to Business (B2B), seperti menyediakan hampers seasonal premium serta custom gift box. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya mengutamakan penjualan produk secara langsung kepada konsumen individu, tapi juga dapat menjangkau kebutuhan pasar yang lebih luas melalui kerjasama dengan berbagai klien dan perusahaan. Dengan dukungan dari berbagai macam inovasi produk, konsep *brand* yang kuat, dan pengembangan bisnis yang berkelanjutan, PT Seidai Kibo Nusantara memiliki potensi lebih untuk terus berkembang dan mempertahankan daya saingnya di bidang F&B, khususnya dalam bagian *dessert* dan pemberian hadiah di Indonesia.

2.2 Visi Misi PT Seidai Kibo Nusantara

Selaku perusahaan yang berkembang di bidang F&B, PT Seidai Kibo Nusantara memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

To become the market leader and top-of-mind brand for Japanese signature desserts and gifting in Indonesia.

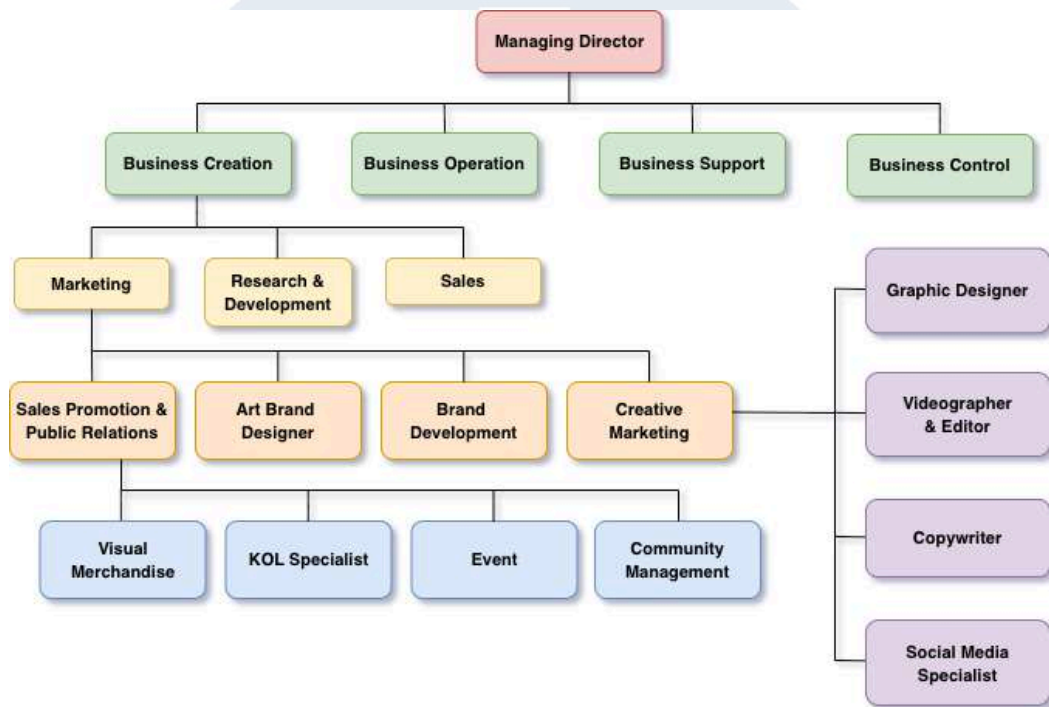
MISI

To deliver delicious, memorable Japanese inspired desserts and gift experiences, authentic in flavor, innovative in presentation, and meaningful in every moment.

2.3 Struktur Organisasi PT Seidai Kibo Nusantara

Struktur organisasi pada PT Seidai Kibo Nusantara disusun secara sistematis untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan serta memastikan setiap fungsi bisnis bisa berjalan dengan lancar secara efektif dan efisien. Pembagian tugas dan tanggung jawab dalam struktur ini menunjukkan adanya koordinasi yang cukup jelas antara setiap divisi, mulai dari *Managing Director* hingga tim operasional. Dengan adanya struktur organisasi ini yang telah terorganisasi, PT Seidai Kibo Nusantara dapat meningkatkan pengambilan keputusan, meningkatkan produktivitas kerja, serta menjaga konsistensi dalam

menjalankan strategi bisnis yang telah ditetapkan. Maka itu, berikut merupakan struktur organisasi PT Seidai Kibo Nusantara:



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Seidai Kibo Nusantara

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

1) *Managing Director*

Managing Director pada PT Seidai Kibo Nusantara mengambil peran dalam memimpin dan mengarahkan seluruh kegiatan pada perusahaan. *Managing Director* bertanggung jawab dalam menentukan visi, misi, dan juga strategi bisnis jangka pendek serta jangka panjang, sekaligus memastikan seluruh divisi berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. *Managing Director* juga memiliki peran dalam pengambilan keputusan, pengawasan kinerja, serta menjaga stabilitas dan perkembangan perusahaan secara keseluruhan.

2) *Business Control*

Business Control memiliki peran dalam melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap seluruh aktivitas operasional perusahaan. *Business Control* ini bertanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap proses

bisnis berjalan sesuai dengan standar, kebijakan, dan target yang telah ditetapkan oleh manajemen.

3) ***Business Support***

Business Support memiliki peran untuk memberikan dukungan terhadap berbagai macam kebutuhan operasional dan administratif perusahaan supaya seluruh aktivitas dalam perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Posisi ini juga memegang pengelolaan sumber daya, koordinasi antar divisi, serta memastikan ketersediaan fasilitas dan sistem pendukung yang dibutuhkan dalam kegiatan operasional sehari-hari.

4) ***Business Operation***

Business Operation berperan dalam mengelola dan memastikan seluruh kegiatan operasional perusahaan berjalan secara efektif dan efisien sesuai dengan standar perusahaan. Posisi ini bertanggung jawab untuk mengatur proses operasional keseharian, mulai dari produksi hingga pelayanan di setiap *outlet*, sehingga kualitas produk dan layanan tetap terjaga.

5) ***Business Creation***

Business Creation bekerja untuk mengembangkan ide, konsep, dan peluang bisnis baru yang dapat mendukung perkembangan perusahaan. *Business Creation* bertanggung jawab untuk menghasilkan inovasi dari produk, layanan, hingga pengembangan *brand* supaya tetap sesuai dengan tren pasar dan kebutuhan konsumen.

6) ***Sales***

Sales bertugas untuk mengelola dan mengoptimalkan aktivitas penjualan perusahaan untuk mencapai target yang telah ditetapkan. *Sales* bertanggung jawab untuk merencanakan strategi penjualan, mengembangkan jaringan distribusi, dan menjaga hubungan dengan pelanggan. Divisi *Sales* juga menganalisis performa penjualan dan mengkoordinasikan tim lain untuk memastikan produk dapat tersampaikan dengan baik pada konsumen.

7) **Research & Development**

Research & Development bertugas untuk melakukan riset dan pengembangan produk untuk menghasilkan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan dan tren pada pasar. Divisi ini bertanggung jawab dalam mengembangkan varian produk baru, meningkatkan kualitas produk yang sudah ada, serta memastikan standar rasa, kualitas, dan konsistensi bisa tetap terjaga.

8) **Marketing**

Divisi Marketing memiliki tugas untuk menyusun dan menjalankan strategi pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness* dan mendorong penjualan produk. Divisi ini bertanggung jawab untuk mengurus komunikasi *brand* melalui berbagai saluran baik offline, maupun online, termasuk kampanye promosi, media sosial, dan aktivitas *branding* lainnya.

a) **Sales Promotion & Public Relations**

Sales Promotion dan *Public Relations* memiliki tugas untuk merangkai dan melaksanakan berbagai aktivitas promosi serta menjaga citra positif perusahaan di mata publik. Divisi ini bertanggung jawab untuk mengembangkan program promosi yang bisa meningkatkan penjualan, seperti kampanye, penawaran khusus, serta kolaborasi dengan pihak-pihak eksternal.

i) **Visual Merchandise**

Visual Merchandise bertugas untuk mengatur dan menata tampilan produk di *outlet* supaya terlihat menarik, *aesthetic*, dan sesuai dengan identitas *brand*. Mereka juga membuat *display* yang bisa menarik perhatian dan meningkatkan pengalaman konsumen secara visual.

ii) KOL Specialist

Key Opinion Leader (KOL) Specialist bertugas untuk mengurus kerja sama dengan KOL atau *influencer* untuk mendukung kegiatan pemasaran perusahaan. Posisi ini bertanggung jawab untuk mencari, memilih dan menjalin hubungan dengan KOL yang sesuai dengan citra *brand*. *KOL Specialist* juga melakukan koordinasi terkait konten promosi dan mengevaluasi efektivitas kampanye yang dijalankan.

iii) Event

Event memiliki tugas untuk merencanakan, mengelola, dan melaksanakan berbagai kegiatan yang diadakan oleh perusahaan untuk internal dan juga eksternal. Posisi ini bertanggung jawab untuk menyusun konsep acara, mengkoordinasikan pihak yang terlibat, dan memastikan seluruh rangkaian acara dapat berjalan dengan lancar.

iv) Community Management

Community Management bertugas untuk membangun, mengurus, dan menjaga hubungan baik antara *brand* dan komunitas serta pelanggan. Posisi ini bertanggung jawab untuk menghasilkan interaksi aktif melalui platform *offline* dan *online* sehingga dapat meningkatkan *engagement* dan loyalitas konsumen.

b) Art Brand Designer

Art Brand Designer bertugas untuk mengembangkan dan menjaga identitas visual *brand* supaya tetap konsisten dan menarik di berbagai media, merancang elemen visual seperti desain kemasan, dan kebutuhan visual untuk kampanye yang sesuai dengan identitas *brand*.

c) *Brand Development*

Brand Development bertugas untuk mengembangkan dan memperkuat posisi *brand* supaya tetap kompetitif di pasar, merencanakan strategi pengembangan *brand* dari identitas, nilai, dan juga arah komunikasi yang ingin disampaikan pada konsumen.

d) *Creative Marketing*

Creative Marketing bertugas untuk mengembangkan ide dan konsep kreatif untuk berbagai kampanye pemasaran supaya *brand* dapat tampil lebih menarik dan sesuai di mata konsumen.

i) *Graphic Designer*

Graphic Designer bertugas untuk membuat berbagai kebutuhan visual perusahaan yang digunakan untuk mendukung aktivitas pemasaran dan *branding*.

ii) *Videographer & Editor*

Videographer dan *Editor* bertugas untuk mengolah konten video yang digunakan untuk kebutuhan pemasaran *brand*, mengambil gambar, penyusunan konsep visual, hingga proses editing supaya dapat menghasilkan video yang menarik dan sesuai dengan identitas *brand*.

iii) *Copywriter*

Copywriter bertugas untuk menyusun dan mengembangkan teks atau pesan komunikasi yang akan digunakan dalam berbagai kebutuhan pemasaran, seperti membuat *caption* media sosial, *tagline*, deskripsi produk, dan juga materi kampanye yang bisa menyampaikan pesan *brand* secara jelas dan menarik.

iv) *Social Media Specialist*

Social Media Specialist bertugas untuk mengurus dan memaksimalkan aktivitas di media sosial *brand* sebagai tempat komunikasi dan pemasaran digital. Mereka melakukan perencanaan konten, menjadwalkan *posting*, analisis performa konten, dan mengelola interaksi dengan audiens di berbagai macam *platform*.

