

BAB II

GAMBARAN UMUM PT SELERA ANAK SEJAGAD

2.1 Tentang PT Selera Anak Sejagad (Arungi Rasa)

PT Selera Anak Sejagad (Arungi Rasa) merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di sektor makanan dan minuman (F&B) dengan fokus pada penyediaan hidangan tradisional Indonesia serta layanan katering modern.



Gambar 2.1 Logo PT Selera Anak Sejagad (Arungi rasa)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2021)

Didirikan pada tahun 2020 dengan kantor pusat di Tangerang, Banten. Arungi Rasa menawarkan solusi konsumsi makanan untuk beragam acara, mulai dari kebutuhan pribadi, korporat, hingga acara berskala besar. Berbagai layanan yang tersedia meliputi nasi kotak, *snack* kotak, tumpeng, hampers makanan, serta prasmanan yang melihatkan kualitas bahan baku dan rasa otentik Indonesia

Sebagai langkah untuk memperluas variasi produk dan menargetkan segmen pasar, PT Selera Anak Sejagad juga mengelola beberapa merek kuliner seperti Nonna Pasta, Curryshii, Serasa Bali, dan Nasilogi. Perusahaan menerapkan konsep dapur pusat (*central kitchen*) untuk menjamin standar kualitas produk serta efisiensi operasional. Selain itu, Arungi Rasa memanfaatkan *platform* digital, termasuk situs resmi dan layanan pengantaran online, tujuannya memperluas jangkauan pemasaran dan mempermudah akses bagi konsumen.

Saat ini, PT Selera Anak Sejagad terus mengembangkan usahanya melalui inovasi produk, serta memanfaatkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing di industri kuliner. Dengan dukungan tim pemasaran, operasional, dan

produksi, perusahaan bertekad memberikan layanan prima serta menjaga kepuasan pelanggan.

2.2 Visi Misi PT Selera Anak Sejagad (Arungi rasa)

PT Selera Anak Sejagad sebagai memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

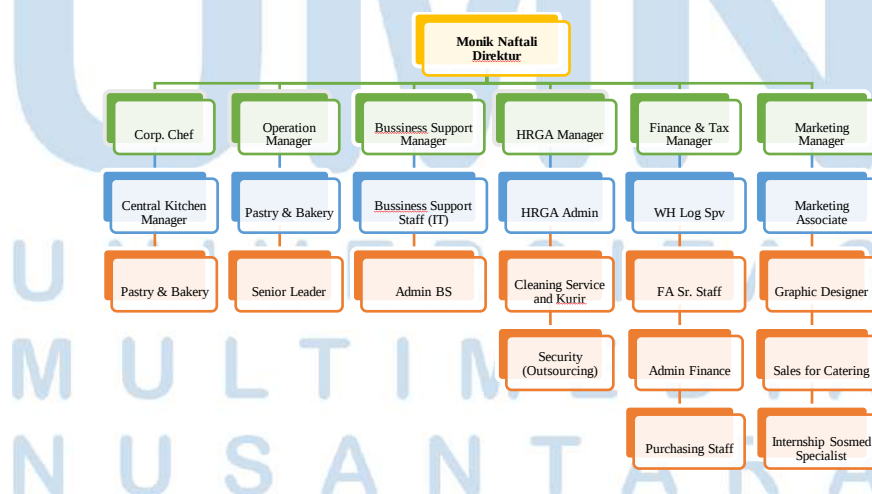
PT Selera Anak Sejagad berkomitmen untuk terus maju dengan meluncurkan merek-merek baru yang inovatif. Setiap langkah kami didorong oleh jaminan kualitas, memastikan setiap hidangan yang kami sajikan memenuhi standar tinggi yang telah kami tetapkan perusahaan.

MISI

Bergabunglah dengan kami dalam petualangan kuliner ini. Jelajahi berbagai cita rasa dan kenikmatan, serta rasakan perbedaannya.

2.3 Struktur Organisasi PT Selera Anak Sejagad (Arungi rasa)

PT Selera Anak Sejagad adalah perusahaan yang bergerak di bidang *food and beverage* (F&B) yang berfokus pada makanan khas nusantara serta layanan catering modern. Berdiri pada tahun 2020 dan terus berkembang dengan menghadirkan berbagai merek kuliner inovatif. Serta menyediakan layanan produksi makanan *online*, pemasaran digital, serta operasional bisnis kuliner yang terintegrasi sebagai berikut:

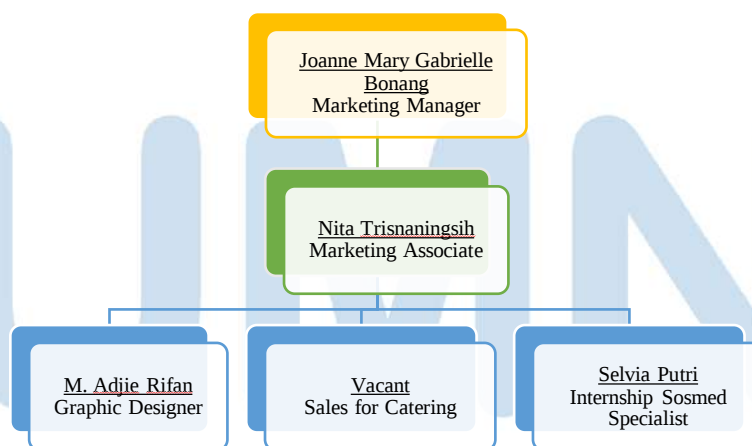


Gambar 2.2 Struktur Organisasi Arungi Rasa

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

PT Selera Anak Sejagad (Arungi rasa) memiliki struktur organisasi yang terbagi menjadi beberapa divisi yang saling terhubung untuk mendukung operasi perusahaan. Divisi Produksi mengelola dapur sentral serta *pastry & bakery*, sementara Divisi Operasional menjamin kelancaran aktivitas harian. Divisi Business Support membantu urusan administrasi, dan Divisi Marketing bertanggung jawab atas promosi, serta pengelolaan media digital.

Selain itu, terdapat Divisi Human Resource dan General Affairs (HRGA) yang mengatur sumber daya manusia, serta Divisi Finance and Tax yang mengelola keuangan perusahaan. Untuk menunjang operasional, Arungi Rasa juga didukung oleh tim *purchasing*, layanan kebersihan, keamanan, dan *sales catering* yang memastikan proses bisnis berjalan lancar. Dengan struktur yang jelas, setiap bagian dapat melaksanakan tugasnya secara terarah, sehingga operasional perusahaan menjadi efektif, efisien, dan mampu mencapai target bisnis yang telah ditetapkan.



Gambar 2.3 Struktur Departemen Marketing

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Departemen Marketing merupakan divisi yang bertanggung jawab dalam merancang, melaksanakan, serta mengevaluasi strategi pemasaran perusahaan. Peran utama departemen ini mencakup perencanaan kampanye, pelaksanaan

program pemasaran, serta koordinasi antaranggota tim guna mencapai target penjualan dan meningkatkan kesadaran merek. Adapun struktur internal Departemen Marketing serta peran masing-masing posisi dalam mendukung proses kerja magang adalah sebagai berikut:

A. Marketing Manager

Pimpinan utama dalam Departemen Marketing yang bertanggung jawab atas penyusunan strategi pemasaran secara menyeluruh. Tanggung jawab utamanya mencakup pengelolaan anggaran, pengambilan keputusan strategis, serta memastikan seluruh aktivitas pemasaran berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. Dalam kegiatan magang, posisi ini berperan sebagai pengarah utama yang memberikan kebijakan dan arahan strategis bagi tim.

B. Marketing Associate

Posisi ini melapor langsung kepada Marketing Manager dan berperan dalam mengkoordinasikan kegiatan operasional harian. Tanggung jawabnya mencakup pelaksanaan kampanye pemasaran, pengelolaan alur kerja tim, serta memastikan strategi yang telah disusun dapat dijalankan secara terstruktur. Dalam konteks magang, posisi ini menjadi pendamping yang memberikan arahan teknis dan mengkoordinasikan tugas peserta magang.

C. Graphic Designer

Bertanggung jawab dalam pembuatan materi visual, seperti desain promosi dan kebutuhan branding perusahaan. Graphic Designer berperan dalam menerjemahkan konsep pemasaran menjadi bentuk visual yang menarik dan konsisten dengan identitas merek. Dalam kegiatan magang, posisi ini berkolaborasi dengan Marketing Associate untuk menghasilkan konten kreatif yang sesuai dengan kebutuhan kampanye.

D. Sales for Catering

Berfokus pada kegiatan penjualan layanan *catering* perusahaan. Tanggung jawabnya meliputi pencapaian target penjualan serta pengembangan peluang pasar pada segmen *catering*. Posisi ini melapor kepada Marketing Associate memastikan keselarasan antara strategi pemasaran dan target penjualan.

E. Social Media Specialist

Posisi ini dijalankan oleh peserta magang yang memiliki tanggung jawab dalam mengelola akun media sosial perusahaan. Tugasnya mencakup pembuatan konten, interaksi dengan audiens, serta analisis kinerja media sosial. Selain itu, posisi ini juga mendukung Marketing Associate dan Graphic Designer dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran digital sehari-hari, sehingga berperan sebagai pelaksana sekaligus pendukung operasional tim.

Proses kerja magang ini melibatkan partisipasi dalam aktivitas Departemen Marketing yang berfokus pada strategi pemasaran dan komunikasi merek. Kegiatan mencakup perencanaan dan pembuatan konten media sosial, pengembangan materi visual promosi, serta dukungan pelaksanaan kampanye *digital marketing* yang selaras dengan identitas *brand*. Dalam pelaksanaannya, dilakukan koordinasi dengan Marketing Associate dan Graphic Designer berdasarkan arahan Marketing Manager. Selain itu, proses ini juga meliputi pengelolaan media sosial, interaksi dengan audiens, serta pemantauan kinerja konten. Secara keseluruhan, kegiatan magang ini berkontribusi dalam meningkatkan visibilitas *brand*, menjaga konsistensi komunikasi pemasaran, serta mendukung pencapaian target perusahaan.

