

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Tuna House Manado dikenal sebagai rumah makan yang menggunakan olahan ikan tuna sebagai produk kuliner utama mereka dan sekarang telah menjadi salah satu destinasi kuliner yang dikenal baik oleh warga lokal dan wisatawan yang berkunjung ke Kota Manado. Restoran ini didirikan oleh Ricky Jo bersama adiknya, Rudi Jo, dimana rumah makan ini berkembang hingga memiliki enam cabang yang tersebar di berbagai wilayah Kota Manado dan mulai membuka cabang mereka ke wilayah Jawa.

2.1.1 Profil Perusahaan

Tuna House Manado bergerak di bidang usaha kuliner restoran dengan produk utama berupa olahan ikan tuna segar asal perairan Sulawesi Utara. Menu yang ditawarkan beragam, mulai dari tuna bakar, rahang tuna, tuna bumbu RW, hingga sajian benuansa internasional yang banyak diminati wisatawan. Berdiri sejak tahun 2013 dengan cabang pertama di Kawasan Megamas, Manado, Tuna House mulai melakukan ekspansi ke Jakarta pada 2021 dengan membuka cabang di PIK 2. Hingga saat ini, Tuna House Manado memiliki 6 cabang yang aktif beroperasi dan terus memperkenalkan identitas mereknya melalui media sosial resmi perusahaan.

Berdasarkan informasi yang disampaikan melalui akun Instagram resmi perusahaan, Tuna House mengusung identitas sebagai restoran tuna dengan komitmen terhadap produk yang sehat dan halal. Visi perusahaan adalah menjadi restoran tuna terbaik di Indonesia dengan menghadirkan bahan baku ikan tuna berkualitas tinggi yang diolah secara higienis dan autentik. Adapun misi yang diemban mencakup upaya untuk mempromosikan konsumsi ikan tuna lokal, mempertahankan cita rasa khas melalui teknik pengolahan yang telah menjadi keunggulan kompetitif, serta

memperluas jangkauan gerai agar dapat dinikmati oleh lebih banyak konsumen (@tunahousegroup, 2024).



Gambar 2.1 Logo Tuna House Manado
Sumber: Facebook Tuna House Manado

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Tuna House Manado lahir dari beberapa peristiwa yang mendorong pendirinya, Ricky Jo, hingga dia terpaksa untuk meninggalkan kampung halamannya di Ternate, Maluku Utara yang diakibatkan dari kerusakan yang terjadi di wilayah tersebut, dan akhirnya tinggal di Kota Manado bersama keluarganya. Kehidupannya di Manado bukan hal yang mudah, untuk bertahan hidup ia sempat bekerja sebagai sopir angkutan kota selama tujuh bulan karena belum memiliki pekerjaan tetap (*Redaktur DetikManado, 2019*).

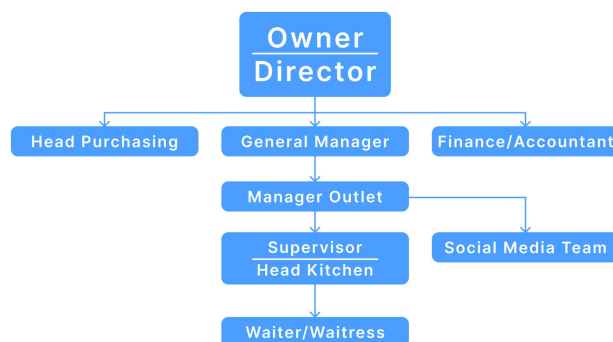
Titik balik mulai terjadi ketika Ricky Jo dan adiknya, Rudi Jo, memutuskan untuk merintis usaha kuliner setelah bisnis sembako mereka di Bitung dan Gorontalo mengalami kebangkrutan. Keduanya memiliki pandangan yang sama: ikan tuna yang melimpah di perairan Sulawesi Utara justru lebih banyak diekspor ke luar negeri dibandingkan dinikmati oleh masyarakat lokal sendiri. Dari pemikiran itulah mereka memantapkan niat untuk mendirikan restoran yang menempatkan ikan tuna sebagai sajian

utama dengan pengolahan yang berbeda dari tempat-tempat kuliner yang sudah ada (*Redaktur DetikManado, 2019*).

Usaha ini dirintis dengan modal yang terbatas, dengan bumbu rahasia racikan buatan sendiri serta metode pengolahan yang menjadi ciri khasnya. Keunikan Tuna House jika dibandingkan dengan restoran seafood lainnya di Manado adalah cara memanggangnya, dimana ikan tuna dipanggang tanpa dibantu kipas angin, sehingga bara arang tidak berterbangan dan menempel pada ikan, yang membuat hasil panggangannya tidak gosong dan memiliki cita rasa yang lebih terjaga. Berkat pendekatan ini, Tuna House berhasil membangun identitas tersendiri di tengah persaingan kuliner Manado yang sudah ramai, dan secara bertahap berkembang hingga memiliki lima cabang yang beroperasi di berbagai kawasan kota (*Redaktur DetikManado, 2019*).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap perusahaan memerlukan struktur organisasi yang jelas sebagai landasan dalam menjalankan kegiatan operasional. Berikut ini adalah struktur organisasi perusahaan Tuna House Manado:



Gambar 2.2 Contoh Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan ini berada di bawah kepemimpinan *Owner/Director* sebagai pemegang otoritas tertinggi yang bertanggung jawab atas seluruh perusahaan Tuna House Manado. Dalam menjalankan tugasnya,

Owner/Director secara langsung membawahi tiga posisi utama yang masing-masing memiliki fungsi berbeda, yaitu Head Purchasing, General Manager, dan *Finance/Accountant*. Ketiga posisi tersebut bekerja secara paralel dan bertanggung jawab langsung kepada *Owner/Director* dalam bidangnya masing-masing.

Head Purchasing merupakan posisi yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan pengadaan barang dan bahan baku yang dibutuhkan oleh perusahaan. Posisi ini memastikan ketersediaan bahan operasional berjalan lancar untuk kebutuhan tiap cabang restoran. Dalam menjalankan tugasnya, Head Purchasing berkoordinasi langsung dengan *Owner/Director* untuk memastikan setiap keputusan pengadaan selaras dengan kebijakan perusahaan.

Finance/Accountant bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk pencatatan transaksi, pelaporan keuangan, serta pengawasan anggaran operasional. Posisi ini memiliki peran menjaga keuangan perusahaan dengan memastikan seluruh arus kas tercatat dan dikelola secara akurat. Laporan keuangan yang dihasilkan menjadi salah satu dasar pengambilan keputusan strategis oleh *Owner/Director*.

General Manager bertugas mengoordinasikan fungsi-fungsi manajerial inti perusahaan dan memastikan seluruh operasional berjalan sesuai dengan arah yang telah ditetapkan oleh *Owner/Director*. Di bawah General Manager, terdapat Manager Outlet yang secara langsung mengelola operasional harian di tingkat outlet. Selain membawahi Manager Outlet, posisi General Manager juga berperan sebagai penghubung antara kebijakan pimpinan dengan pelaksanaan di lapangan.

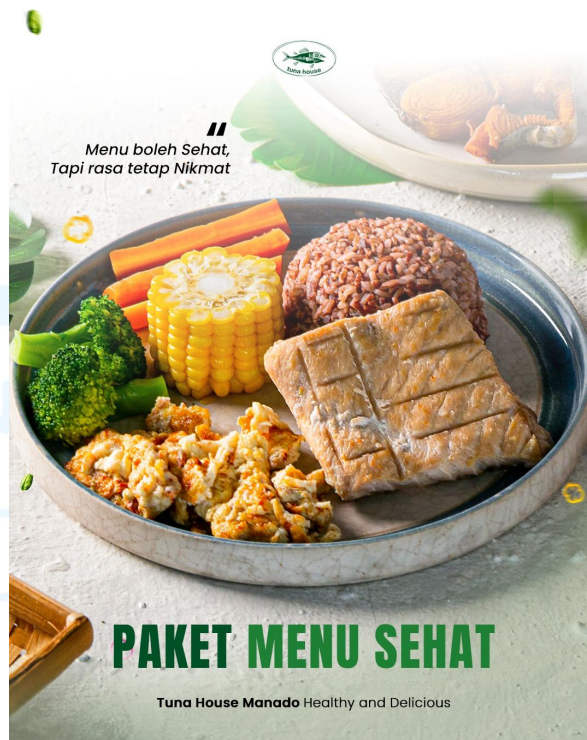
Manager Outlet memiliki tanggung jawab terhadap keseluruhan operasional outlet, mulai dari pengelolaan sumber daya hingga pengawasan standar layanan dicabang mereka Masing-masing. Dalam menjalankan tugasnya, Manager Outlet membawahi dua lini, yaitu *Social Media Team* yang menangani komunikasi dan promosi digital perusahaan, serta *Supervisor/Head Kitchen* yang memimpin operasional dapur dan layanan di lantai. Keberadaan dua lini tersebut

mencerminkan keseimbangan antara aspek pemasaran dan aspek operasional dalam pengelolaan outlet.

Supervisor/Head Kitchen bertanggung jawab atas pengawasan langsung terhadap tim dapur sekaligus memastikan standar kualitas produk dan pelayanan terpenuhi dengan baik. Di bawah posisi ini terdapat *Waiter/Waitress* yang merupakan ujung tombak pelayanan kepada tamu secara langsung di lapangan.

2.3 Portofolio Perusahaan

Portofolio perusahaan adalah kumpulan hasil karya, proyek, dan pencapaian yang menunjukkan kemampuan serta pengalaman profesional suatu entitas dalam bidang tertentu (Dealls, 2024). Tuna House Manado memiliki portofolio dalam bentuk gambar dan video pendek yang dibangun melalui aktivitas media sosial yang dilakukan secara konsisten, terutama melalui sosial media seperti Instagram resmi *@tunahousegroup* yang digunakan sebagai media utama dalam menyampaikan informasi produk, promosi, dan identitas merek kepada konsumen seperti Facebook, dan juga Tiktok yang menjadi media sosial yang hanya menyajikan post berupa video pendek.



Gambar 2.3 Paket Menu Sehat Tuna House Manado

Sumber: Instagram @tunahousegroup

Postingan seperti ini sebagai salah satu contoh menampilkan fotografi makanan yang digunakan untuk mempromosikan hidangan yang tersedia di Instagram. Setiap unggahan disertai keterangan singkat yang mendeskripsikan hidangan tersebut sebagai bagian dari paket menu sehat bagi pelanggan.

Banyak postingan mengikuti formula foto hidangan dengan teks yang menjelaskan bahan-bahan dan manfaat yang terkandung dalam makanan, atau menampilkan berbagai paket hidangan beserta nama tiap menu. Postingan seperti ini juga mencakup konten yang mengomunikasikan penawaran harga khusus, memuat informasi mengenai diskon, harga individual suatu hidangan, maupun paket bundel makanan yang tersedia.



Gambar 2.4 Paket Angpao Tuna House Manado

Sumber: Instagram @tunahousegroup

Terdapat juga postingan promosi yang dirancang sesuai momen tertentu, seperti perayaan Tahun Baru Imlek, dengan mengintegrasikan elemen visual yang identik dengan perayaan tersebut di Instagram untuk hari imlek. Di luar momen

khusus seperti buka puasa atau Hari Natal, tampilan promosi kembali ke gaya default yang menggunakan palet warna putih dan hijau tua, selaras dengan identitas visual Tuna House Manado.



Gambar 2.5 5 Tanda Tubuhmu Mulai Kasih “Alarm” Kesehatan Tuna House Manado
Sumber: Instagram @tunahousegroup

Selain konten promosi, terdapat postingan berupa *fun fact* yang menyajikan informasi seputar Kesehatan yang dapat ditemukan Instagram. Postingan seperti ini memberi penjelasan kandungan nutrisi ikan tuna dan manfaatnya bagi tubuh. Kategori konten ini selaras dengan identitas Tuna House Manado sebagai restoran yang menjadikan ikan tuna sebagai bahan utama dalam sebagian besar hidangannya yang dibuat untuk mempromisikan hidangan Tuna House Manado sebagai hidangan yang bergizi.