

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

OATSIDE merupakan perusahaan dibawah PT. Float Oat Indonesia yang bergerak di bidang industri minuman berbasis nabati. Di PT. Float Oat Indonesia sendiri menaungi dua buah brand produk berbasis nabati, yaitu OATSIDE dan NOBO. Perjalanan OATSIDE berawal pada tahun 2020 dari *Benedict Lim*, yang sebelumnya menjabat sebagai CFO Kraft Heinz Indonesia. Ia berangkat dari pengalamannya di industri FMCG, dan kemudian memutuskan untuk mengalihkan karirnya dalam membangun sebuah brand susu oat. Pada tahun 2020, Benedict Lim melakukan eksperimen dalam membuat racikan susu oat sendiri setelah ia merasakan adanya tekstur *creamy* yang nikmat pada kopinya. Dari eksperimen yang ia lakukan, Lim berhasil membuat 50 versi uji coba *oatmilk* yang berbeda-beda sampai pada akhirnya ia meluncurkan produk pertamanya di Indonesia pada tahun 2021 dan dinamai OATSIDE Barista Blend. Pada tahun 2022, OATSIDE mulai melakukan kerja sama dengan pelaku industri *food & beverage* (F&B) terkenal yang ada di Indonesia seperti Janji Jiwa, Chatime, dan juga Starbucks. Mulai pada saat itulah OATSIDE dikenal masyarakat sebagai susu nabati enak yang sangat cocok untuk dicampur dengan kopi, teh, ataupun bahan pengganti susu hewani lainnya. OATSIDE sendiri telah tersedia di 16 negara, mencakupi Indonesia, Singapore, Thailand, Korea Selatan, Jepang, Taiwan, Filipina, Malaysia, Cina, Vietnam, Hongkong, Taiwan, Brunei Darussalam, dan Cambodia.

The logo for OATSIDE is displayed in a large, bold, black, sans-serif font. The letters are thick and closely spaced. In the background, there is a faint, light blue watermark of the Universitas Multimedia Nusantara logo, which consists of a stylized 'U' and 'M' inside a circle, with the text 'UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA' around it.

Gambar 2. 1 Logo Perusahaan OATSIDE

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

OATSIDE hadir sebagai sebuah terobosan baru untuk masyarakat yang tidak menyukai susu *plant-based* karena dipersepsikan hambar dan tidak dapat menyaingi susu sapi. Oleh karena itu, OATSIDE ingin menjadi jawaban dan membuktikan dirinya sebagai susu *plant-based* dengan rasa yang lembut, *malty* dan *rich* dengan menjadikan *deliciousness* sebagai pilar utama dalam pembuatan produk. Tak hanya baik untuk kesehatan tubuh, OATSIDE percaya bahwa susu oat merupakan susu masa depan yang berkelanjutan ramah untuk lingkungan. OATSIDE diproduksi dengan bahan-bahan kualitas terbaik, pemilihan oat yang digunakan berasal dari Australia Barat, dengan proses ekstraksi sempurna dengan cara dipanggang tanpa hal yang dikurangi dalam upaya menjaga rasa kualitas oat agar tetap baik serta tidak langu. OATSIDE sendiri diproduksi di Cicalengka, Bandung, Jawa Barat untuk mendapatkan akses ke sumber mata air alami, serta mengalirkannya secara gratis kepada 80 keluarga yang berada di pedesaan sekitar pabrik. Di pabriknya, OATSIDE memiliki fasilitasnya sendiri, sehingga memiliki kontrol secara penuh atas segala bahan baku, proses pengelolaan, maupun pengemasan. Hal ini menjamin setiap produk yang dibuat telah diawasi oleh tenaga ahli profesional yang memiliki kendali penuh.

Visi Misi OATSIDE Indonesia

Adapun visi dan misi OATSIDE adalah sebagai berikut:

VISI

Kami ingin menjadi susu berbasis nabati untuk semua orang, bahkan untuk orang yang tidak peduli dengan susu nabati. (*we want to be the plant milk for everyone, even for people who don't care about plant milks*)

MISI

kami menciptakan susu nabati yang lembut creamy dan lezat, dan memperluas aksesnya agar dapat dinikmati oleh lebih banyak orang. (*we create creamy and delicious plant milk, and try to spread it to the masses*)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

OATSIDE merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di industri minuman berbasis susu nabati yang terkenal di Asia dengan produk Oatmilk yang gurih, lembut, dan *malty*. OATSIDE beroperasi di Indonesia sejak tahun 2020, OATSIDE didukung dengan adanya struktur organisasi yang terintegrasi dalam guna memastikan efektivitas diantara setiap divisi yang ada. Adapun struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan OATSIDE

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Perusahaan dipimpin oleh *Chief Executive Officer (CEO)*, Benedict Lim, yang berada di posisi tertinggi dalam pengambilan keputusan. Marketing sendiri dipimpin oleh Marketing Director, Cindy Lin yang secara langsung berada dibawah pimpinan CEO, ia memiliki tanggung jawab dalam mengarahkan segala strategi pemasaran secara regional. Di tingkat operasional Indonesia, marketing OATSIDE dipimpin oleh Christofer Samuel Lesmana selaku Head Of Marketing Indonesia, lanjutan tangan dari Marketing Director. Departemen marketing sendiri berfokus pada pengelolaan *brand*, yang kemudian dibagi menjadi beberapa *brand group* berdasarkan dari kategorinya, yaitu *core*, *Non-Core*, *NOBO*, *Digital Marketing*, *Creative* dan *E-commerce*. Divisi core dan Non-core masing-masing dipimpin oleh *Brand manager*, yaitu Natasya dan Felicia, mereka memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan produk, serta didukung oleh *Brand executive*, *Assistant Brand Manager*, dan *Brand intern*.

Sementara itu, divisi *Digital Marketing* dipimpin oleh Freshilla sebagai *Digital & Social Media Manager* yang bertugas dalam mengelola strategi digital, didukung oleh *Digital marketing NOBO* di bidang *content creator* dan *social media & KOL intern*. Pada divisi kreatif dikepalai oleh *Creative Director*, Ryan yang didukung oleh *Graphic designer*, Elifia dan *graphic designer intern*, Khalif. Divisi yang terakhir adalah *e-commerce* yang dipimpin oleh *E-commerce manager*, shannice. Ia bertanggung jawab atas segala aktivitas penjualan *online*, serta didukung oleh *social & e-commerce assistant*, nadya.



Gambar 2. 3 Struktur Departemen Marketing

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Departemen Marketing bertanggung jawab dalam keseluruhan dari aktivitas pemasaran yang terjadi di perusahaan, baik dari perencanaan, sampai pada eksekusinya. Berikut masing-masing job description posisi pada Departemen Marketing dan hubungannya dalam proses kerja magang:

1. Marketing Director Regional (Singapura)

Menentukan arah daripada strategi pemasaran di tingkat regional, serta memastikan adanya keselarasan implementasi brand pada setiap negara.

2. *Head of Marketing Indonesia*

Melakukan pengelolaan dan implementasi dari strategi pemasaran khususnya di pasar Indonesia baik secara kondisi dan kebutuhan, serta menyesuaikannya dengan strategi regional.

3. *Brand manager (Core)*

Melakukan perencanaan dan mengelola produk utama berupa OATSIDE Barista blend serta *chocolate series* dan menjadi sumber referensi dalam seluruh departemen termasuk dalam proses aktivitas magang.

4. *Brand manager (Non-core)*

Melakukan perencanaan dan mengelola produk inovasi atau non-utama dan menjadi sumber referensi dalam seluruh departemen termasuk dalam proses aktivitas magang.

5. *Assistant Brand Manager*

Mendukung Brand Manager dalam perencanaan serta eksekusi aktivitas marketing dan menjadi sumber referensi dalam seluruh departemen termasuk dalam proses aktivitas magang.

6. *Brand Executive*

Membantu dalam mengeksekusi campaign, pengelolaan data, dan berkoordinasi dengan berbagai pihak untuk memastikan kelancaran aktivitas *brand*.

7. *Assistant Digital & Social Manager*

Mendukung pengelolaan aktivitas digital dan media sosial, termasuk perencanaan konten, koordinasi campaign, serta monitoring performa di berbagai platform.

8. *E-Commerce Manager*

Bertanggung jawab dalam mengelola strategi penjualan di platform online serta mengoptimalkan performa toko dan campaign di e-commerce.

9. Social & E-Commerce Assistant

Membantu pelaksanaan aktivitas di media sosial dan e-commerce, termasuk upload konten, pengelolaan platform, serta dukungan operasional campaign digital.

10. Creative Director

Bertanggung jawab dalam menentukan arah konsep kreatif dan memastikan seluruh output visual sesuai dengan identitas dan strategi brand.

11. Graphic Designer

Membuat dan mengembangkan materi visual untuk kebutuhan campaign, baik untuk media digital maupun offline.

