

BAB 2 TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

Arungi Group



Gambar 2.1 Logo Arungi Group

- Arungi Group merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Food and Beverage* yang berbasis *cloud kitchen*. Pada tahun 2020, PT Arungi Rasa Nusantara didirikan oleh Ibu Megawati Ignyo dan Irna untuk menghadirkan *brand* Arungi Rasa. Arungi Rasa yaitu sebuah kuliner Nusantara Indonesia yang berfokus pada katering makanan, camilan dan aneka sambal dari berbagai daerah di Indonesia. Meskipun ide awal menjanjikan, sayangnya proses *brand* katering tersebut tidak berjalan dengan lancar. Dalam upaya memperbaiki kondisi, keduanya terpisah dan Bu Irna mengambil alih PT Arungi Rasa Nusantara untuk di kembangkan lebih baik. Ibu Mega mendirikan perusahaan baru yang lebih fokus pada *interior design*.

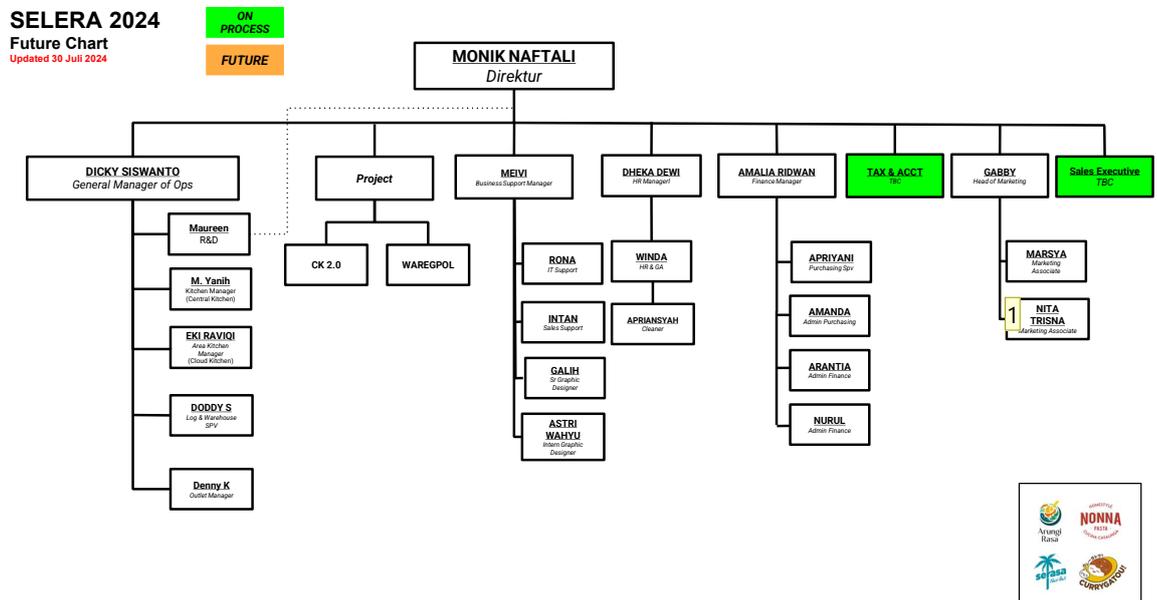
PT Arungi Rasa Nusantara akhirnya berkembang pesat saat di pegang oleh Ibu Monik Naftali Sanjaya seorang profesional yang berpengalaman di bidang *Food and Beverage* dan menjabat sebagai direktur. Bersama Bu Monik, hadir lah PT Selera Anak Sejadah dan terbentuknya Arungi Group pada tahun 2022, membawa semangat baru dan visi yang lebih jelas. *Brand* baru terbentuk setelah Arungi Group lebih berfokus pada *Cloud Kitchen based*, khususnya *Delivery Order* untuk *brand* seperti Curryshii, Nonna Pasta, dan Serasa Bali.

Dalam waktu singkat, cabang pertama berada di Gading Serpong, Sorrento Junction, Berhasil menarik perhatian pasar. Selama tiga bulan penjualan telah mencapai 12.500 pak, dari lima cabang awal yaitu di Gading Serpong, Tebet, Sunter, dan BSD. Jumlah pelanggan kini meningkat menjadi 30.000 pak dengan 11 outlet yang tersebar di Jabodetabek. Untuk memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas, ketiga *brand* tersebut aktif berpartisipasi dalam festival musik dan menjalin kolaborasi dengan artis dalam negeri, *content creator* serta perusahaan lain. Wareqpol yang berdiri di tahun 2024 bulan Mei, menjadi *brand dine in* restoran pertama di Arungi Group, menjadikan sebagai salah satu *Food and Beverage* berkembang di industri kuliner.



Gambar 2.2 Foto Lokasi Kantor

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.3 Struktur Divisi Arungi Group

Arungi Group terbagi menjadi 4 divisi, yaitu *Operations*, *Business Support*, *Finance* dan *Marketing*. Praktikan menjadi Graphic Designer Intern yang di bawah oleh divisi business support namun diarahkan langsung oleh divisi *marketing*, yaitu Joanne Mary Gabrielle Bonang dan Ibu Meivi di business support. Praktikan sendiri di bawah pengawasan Sr *creative designer*, yaitu Galih Herlambang. Praktikan juga berinteraksi dengan semua divisi Arungi Group agar bisa menghasilkan konten secara maksimal.

2.3 Kegiatan Umum Arungi Group

Arungi Group merupakan sebuah perusahaan *Food and Beverage* yang berbasis *Cloud Kitchen* atau *Delivery Order*. Kegiatan umum Arungi Group yaitu memproduksi bahan baku per-*brand* dan mempromosikan agar akan terus berkembang. Seluruh tim Arungi Group memiliki tugas yang berbeda-beda, namun seluruh kegiatan yang dilakukan oleh tim Arungi Group selalu berhubungan dengan tim *marketing*.

2.3.1 Kegiatan Umum Tim Operation

Kegiatan yang dilakukan oleh tim *operation* ialah mengelola *Central Kitchen, Warehouse, R&D, Cloud kitchen* dan *Dine In*. Lalu bertanggung jawab atas *quality control* makanan yang diproduksi dan di olah, serta pengiriman logistik di outletnya. Tim *Operation* berfokus pada komplain makanan yang di produksi setiap outlet, tim marketing juga turut bekerja sama dengan *Operation* untuk keperluan stok pelanggan.

2.3.2 Kegiatan Umum Tim Business Support

Kegiatan yang dilakukan oleh tim *business support* yaitu bertugas sebagai *support management* semua divisi dalam perusahaan Arungi Group, dari *finance, HR, marketing, operation* dan termasuk outlet-outlet yang sekarang tersebar di beberapa lokasi Jakarta dan Tangerang. Memberikan kebutuhan data untuk analisa, seperti data *performance outlet*, data komplain dan *feedback customer*. Tim *marketing* juga turut dibantu dan bekerja sama dengan Tim *Business Support* untuk kebutuhan promosi dan *event*.

2.3.3 Kegiatan Umum Tim Marketing

Kegiatan yang dilakukan oleh tim *marketing* meliputi mengelola konten media sosial untuk Arungi Group, melakukan kolaborasi atau kerjasama dengan media, dan mengelola segala bentuk *event* yang diselenggarakan untuk *brand-brand*.

Pengelolaan media sosial tersebut meliputi perencanaan konten dan produksi konten dan bertujuan untuk meningkatkan *engagement* di Instagram. Sementara untuk kegiatan *partnership* media sendiri dapat membantu memberikan *exposure* terhadap perusahaan. Berikut nama-nama anggota dari divisi *Marketing*:

A. Head of Marketing (Joanne Mary Gabrielle Bonang)

Pada jabatan yang dipegang oleh Joanne Mary Gabrielle Bonang atau yang akrab di panggil Gabby. Pembimbing lapangan memiliki tanggung jawab utama yaitu berfokus dengan membuat konten plan setiap satu bulan ke depan bagi masing-masing *brand* di Arungi Group. Selain itu, pembimbing lapangan juga mengelola berbagai *campaign* atau *event* besar di platform *delivery* yang bekerja sama

dengan Arungi Group, seperti GO-FOOD dan GRABFOOD, guna memastikan membuat promo baru maupun yang sudah berjalan dengan optimal.

Ka Gabby juga bertanggung jawab atas semua persetujuan akhir untuk berbagai tugas penting seperti promo, KOL, PR, dan konten yang akan diunggah ke media sosial, terutama Instagram. Dengan demikian, pembimbing lapangan memainkan peran besar dalam menjaga kualitas, konsistensi dan keselarasan strategi promosi Arungi Group.

B. *Marketing Association* (Nita Trisnaningsih & Marsya Andan)

Marketing Association di pegang oleh dua karyawan, pada jabatan yang di pegang Nita Trisnaningsih atau yang akrab di panggil Nita, pembimbing pertama bertanggung jawab mengelola empat *brand* di bawah Arungi Group, Nonna Pasta, Serasa Bali, Curryshii dan Arungi Rasa, beserta media sosialnya. Dalam peran ini, pembimbing menangani komplain pelanggan, menjaga *rating* untuk menjaga kepuasan pelanggan. Nita juga mengatur pesanan besar dan memastikan semua proses dari produksi hingga pengiriman berjalan lancar.

Apabila Nita fokus di empat *brand*, lain halnya dengan jabatan yang dipegang oleh Marsya Andan atau Marsya, yang berfokus pada satu *brand* saja yaitu Wareqpol. Tugas pembimbing kedua tidak beda jauh dengan pembimbing pertama hanya saja lebih terarah pada pengelolaan restoran dan *event-event workshop* yang akan bekerja sama dengan Wareqpol, memastikan setiap harinya berjalan sesuai dengan rencana.

C. *Senior Graphic Designer* (Galih Herlambang)

Arungi Group, posisi *senior graphic designer* dipegang oleh satu orang, yaitu Galih Herlambang, atau biasa dipanggil Galih. Sebagai satu-satunya desainer Senior, pembimbing lapangan memiliki tanggung jawab penuh atas seluruh kebutuhan desain dari berbagai tim di Arungi Group. Tugas utamanya mencakup sebagai fotografer dan konten visual, pembimbing juga merancang desain, mengedit

video, membuat *motion graphic* dengan kreatif, dan pembuatan menu makanan untuk setiap *brand* di Arungi Group.

D. Praktikan

Praktikan memiliki tugas utama dalam mengelola desain media sosial Instagram untuk setiap *brand* serta desain menu *online* di GO-JEK dan GRABFOOD. Awalnya, praktikan hanya bertanggung jawab membuat desain untuk media sosial, kemudian praktikan dipercaya untuk berkontribusi dalam pembuatan video konten, membantu memberi masukan dekorasi acara besar, membantu kegiatan *shooting* video produk baru, dan juga berperan dalam pembuatan seragam untuk tim *business support*.

2.3.4 Konten Media Sosial

Konten media sosial juga merupakan pekerjaan utama yang dilakukan oleh divisi *Marketing* di Arungi Group. Konten media sosial merupakan salah satu cara untuk melakukan kegiatan yang bertujuan untuk memasarkan dan menyebarkan *awareness* mengenai *brand-brand* dari Arungi Group, seperti Arungi Rasa, Curryshii, Nonna Pasta, Serasa Bali dan Wareqpol. Dengan memanfaatkan platform media sosial untuk menjalin hubungan dengan audiens, untuk membangun sebuah *brand*, meningkatkan penjualan dan cara membuat konten media sosial dengan baik.

Tim *marketing* Arungi Group membuat perencanaan untuk sebulan ke depan, dengan memproduksi konten-konten mulai dari *caption*, visual, desain dan *hashtag*. Setiap bulannya, Instagram *brand-brand* dari Arungi Group meng-unggah 6- 9 *post feed* atau *reels*. Strategi ini dijalankan secara konsisten untuk menjaga update terbaru, keterlibatan audiens dan memastikan *brand* tetap relevan serta menarik perhatian media sosial.



Gambar 2.4 Salah Satu Konten Media Sosial