

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

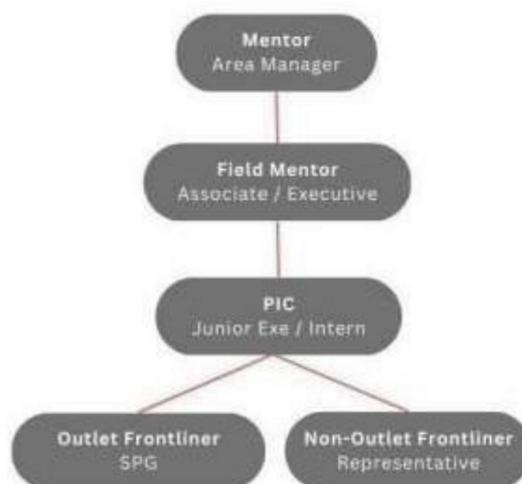
2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Nutrifood Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industry pangan, khususnya makanan dan minuman kesehatan. PT. Nutrifood didirikan pada bulan Februari 1979 berkantor pusat di Jakarta PT. Nutrifood telah menjangkau disitribusi lebih dari tiga puluh negara di dunia.

PT. Nutrifood hadir dengan visi menginspirasi dan membantu setiap individu untuk mencapai keseimbangan hidup dengan menjalankan pola hidup sehat yang menyenangkan dan memperhatikan asupan nutrisi sehingga dapat menikmati hidup sehat lebih lama melalui brand yang diproduksinya. Adapun produk yang dihasilkan antara lain, TropicanaSlim, NutriSari, L-Men, W'Dank, dan Lokalate. Melalui *brand* Nutrifood, memiliki tujuan menunjang dan memudahkan untuk melakukan hidup sehat dengan lebih menyenangkan.

2.2 Struktur Organisasi Area Marketing PT.Nutrifood Indonesia

Berikut merupakan struktur dari area marketing PT.Nutrifood Indonesia



Gambar 1 Struktur Organisasi PT Nutrifood Indonesia

2.3 Lingkup Pekerjaan

Area marketing merupakan divisi yang menentukan potensi apa saja yang bisa digali guna mengoptimalkan segala *value brand* perusahaan, menentukan strategi apa yang bisa dilakukan di lapangan sesuai dengan keadaan area marketing seperti di Lampung. Pada Nutrihub Lampung perlu dikembangkan secara maksimal agar lebih banyak lagi orang yang mengetahui *co-working space* yang Nutrihub Lampung sediakan.

2.4 Deskripsi kegiatan utama yang dilakukan selama kerja praktik.

- Mahasiswa kerja praktik wajib melaksanakan *project* individu yang telah ditentukan mentor. Setiap mahasiswa menentukan dan memilih *project* sesuai dengan minat dan kemampuannya masing-masing. Salah satu *project* yang dilakukan adalah survey pengunjung Nutrihub dimana kita tau bahwa Nutrihub merupakan *co-working space* yang menyediakan tempat dan fasilitas, dengan adanya survey pengunjung menggunakan kuesioner dapat ditemukan apa saja hal-hal yang harus di *improve* oleh Nutrihub untuk memaksimalkan pelayanan guna kepuasan pengunjung kedepannya sebab kenyamanan pun mempengaruhi suatu komunitas atau individu dalam berdiskusi.
- Laporan serta evaluasi hasil *project*
Pada tahap kegiatan ini, mahasiswa kerja praktik melakukan evaluasi berjalannya *project* secara keseluruhan. Melalui pembuatan laporan akhir kerja praktik, pembuatan video dokumentasi dan presentasi hasil akhir.

2.5 Jadwal Kerja

Untuk jadwal hari kerja, yakni Senin s/d Jum'at dengan jam kerja sejak pukul 08.00 s/d 17.00 WIB. Waktu ini tentu saja di sesuaikan situasi dan kondisi tahapan program atau *event* yang sedang dilaksanakan (eksekusi *project* pembuatan laporan dan evaluasi).

2.6 Sistematika Penulisan

BAB I LATAR BELAKANG

Pada bab ini dijelaskan tentang latar belakang penelitian, ruang lingkup perusahaan, manfaat dan tujuan, waktu dan tempat pelaksanaan, serta sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini dijelaskan sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, bidang usaha, struktur organisasi, lokasi perusahaan, jadwal kerja, serta kegiatan utama yang dilaksanakan perusahaan.

BAB III PERMASALAHAN PERUSAHAAN

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis permasalahan yang dihadapi perusahaan, landasan teori, metode yang digunakan, serta program yang akan dibuat guna improvisasi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dan analisis data yang ada serta pemecahan masalah yang ada Nutrihub.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penyelesaian analisis permasalahan yang ada serta saran yang harus dilakukan untuk mendukung kegiatan kedepannya.

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisis Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan

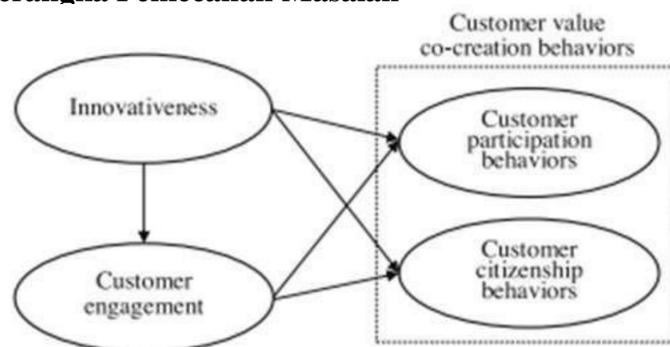
3.1.1. Temuan Masalah

1. Sejak awal resmi dibuka Nutrihub belum mengetahui terkait perilaku konsumen, komunitas, ataupun *stakeholder* yang sudah berkolaborasi secara langsung dengan Nutrihub.
2. Nutrihub belum mengetahui bagaimana inovasi yang tepat terhadap *engagement*.
3. Nutrihub belum mengetahui poin apa saja yang menjadi kepuasan konsumen.
4. Nutrihub belum mengetahui poin apa saja yang bisa menjadi ruang *improvement* untuk meningkatkan layanan yang ada.

3.1.2. Perumusan Masalah

1. Bagaimana peran *customer engagement* terhadap inovasi di Nutrihub Lampung?
2. Bagaimana peran *customer engagement* terhadap perilaku konsumen Nutrihub Lampung?

3.1.3. Kerangka Pemecahan Masalah



International journal of Hospitality Management 88 (2020) 102514

Gambar 2 Model Kerangka Pemecahan Masalah