



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Tentang PT Petrojaya Boral Plasterboard

PT Petrojaya Boral Plasterboard, merupakan perusahaan yang bergerak dalam sektor material bangunan di Indonesia sejak 1994, dengan produk-produk unggulannya yaitu papan gipsum, *interior finishes* (kompon), rangka metal, plafon, serta alat pertukangan lainnya sebagai sistem partisi dan plafon bangunan.

1. Papan Gipsum

Merupakan papan percobaan ilmiah dan inovasi yang disempurnakan dari USG Boral yang telah sukses selama lebih dari 100 tahun. Keunggulan dari papan ini yaitu lebih bersih, lebih cepat dan mudah digunakan oleh pekerja yang lebih sedikit.

2. Kompon

Produk yang digunakan untuk *jointing, bonding, skimming*, dan membuat hasil akhir halus pada permukaan papan untuk interior bangunan.

3. Plafon

Sebagai innovator pertama panel akustik dan *specialty ceilings* yang memerhatikan nilai estetika. Terdiri dari *acoustical, gypsum tile, metal, and specialty ceilings* dan juga sistem standar dan *seismically rated suspension*.

4. *Metal Framing*

Berbagai macam komponen untuk membuat konstruksi *drywall* dan plafon lebih cepat, lebih akurat dan lebih bersih dari cara konvensional. Serta pemasangan inovatif yang sesuai dengan kebutuhan bangunan dan standar *global construction*

Perusahaan ini adalah milik *joint venture* antara USG Corporation – perusahaan gipsum asal Amerika Serikat dengan Boral Limited– perusahaan material bangunan terbesar asal Australia, sehingga kemudian lahir sebagai USG Boral. Dengan mengusung *tagline* “*Innovation Inspired by You*”, USG Boral terus berinovasi menciptakan solusi atas kebutuhan konstruksi bagi pelanggannya, termasuk bagi Indonesia melalui PT Petrojaya Boral Plasterboard. Oleh sebab itu mayoritas produk atau merek dagang dari PT Petrojaya Boral Plasterboard menyandang gelar “*by USG Boral*”. USG Boral sendiri telah menjadi pemimpin dalam industri dinding gipsum di seluruh Asia, Australasia dan Timur Tengah yang beroperasi di 12 market dengan lebih dari 32.000 karyawan, 24 pabrik, dan 3 tambang gipsum. Kini di Indonesia sendiri telah berdiri dua pabrik produksi yaitu di Cilegon, Banten, dan Gresik, Jawa Timur.

Sejak kelahiran PT Petrojaya Boral Plasterboard di Indonesia pada 1994, produk yang diunggulkan yaitu papan gipsum. Mulai dari papan gipsum standar hingga papan gipsum berteknologi seperti ketahanannya terhadap api, panas, lembab, jamur, hingga kedap suara. Kemudian hingga kini perjalanannya selama 25 tahun produk dan sistemnya sudah sangat berkembang. Penyediaan produk mulai dari rangka hingga *finishing* disediakan secara lengkap dan terintegrasi satu sama lain.

Proses bisnis yang dijalankan oleh PT Petrojaya Boral Plasterboard adalah B2B (*Bussiness to Bussiness*), yaitu melakukan transaksi bisnis dengan pelaku bisnis lainnya yang terdaftar sebagai mitra bisnis terdiri dari depo maupun toko. Sehingga apabila ada *end customer* (pengguna produk) ataupun pemilik proyek yang hendak membeli produk dari PT Petrojaya Boral Plasterboard maka harus melakukan pembelian melalui depo atau toko tersebut. Namun, konsumen dapat menghubungi *customer service* yang berada di kantor pusat jika membutuhkan pelayanan terkait depo/toko

terdekat, permintaan pembelian dalam jumlah banyak, kesulitan dalam pemasangan, hingga terkait komplain saat timbul permasalahan saat pemasangan.

PT Petrojaya Boral Plasterboard memiliki kantor pusat yang beralamat di Sektor II Palma Tower Lt. 21, Jalan R.A Kartini III-S Kav. 06, Pondok Pinang, Kebayoran lama Jakarta Selatan dan beberapa kantor regional yang terletak di beberapa kota besar Indonesia seperti di Surabaya, Semarang, Medan, Balikpapan, dan Makassar. Selain itu juga memiliki *showroom* yang dikenal sebagai Rumah Jayaboard agar konsumen dapat melihat dan mempelajari secara langsung produk USG Boral sekaligus contoh aplikasinya berupa *display product* hingga proses edukasi. Rumah Jayaboard ini terletak di beberapa kota di Indonesia yaitu di Jakarta, Medan, dan Surabaya.





Gambar 2. 1 Rumah Jayaboard

Adapun nilai-nilai yang dipegang teguh oleh seluruh karyawan dari PT Petrojaya Boral Plasterboard (USG Boral) antara lain:

1. *Safety*

Keamanan dalam lingkungan bisnis dan kerja merupakan sebuah prioritas utama bagi USG Boral. Tidak ada kekerasan secara fisik, psikis, seksual, budaya dan lain-lain. Dengan lingkungan kerja yang aman, para pekerja akan menghasilkan performa yang baik pula. Sebab, melalui penciptaan lingkungan yang aman para pekerja tentu akan fokus dalam bekerja untuk melakukan dan memberikan yang terbaik dengan cara yang benar.

2. *Integrity*

Tim kerja di USG Boral juga menjunjung tinggi nilai integritas dengan keterbukaan, kejujuran, dan prestise. Integritas yang kuat tentu akan menciptakan lingkungan bisnis yang sehat.

3. *Innovation*

Selalu berinovasi dengan kreativitas dan fleksibilitas merupakan cara yang tepat untuk dapat melayani kebutuhan konsumen melalui produk dan layanan yang diberikan.

4. *Excellence*

Standar kualitas yang tinggi dan baik lahir dari ambisi dan disiplin dalam bekerja.

5. *Collaboration*

USG Boral dengan *partner* dan *stakeholders* (para pemangku kepentingan) berkolaborasi dalam menciptakan yang terbaik dan bekerja sama dengan tujuan.

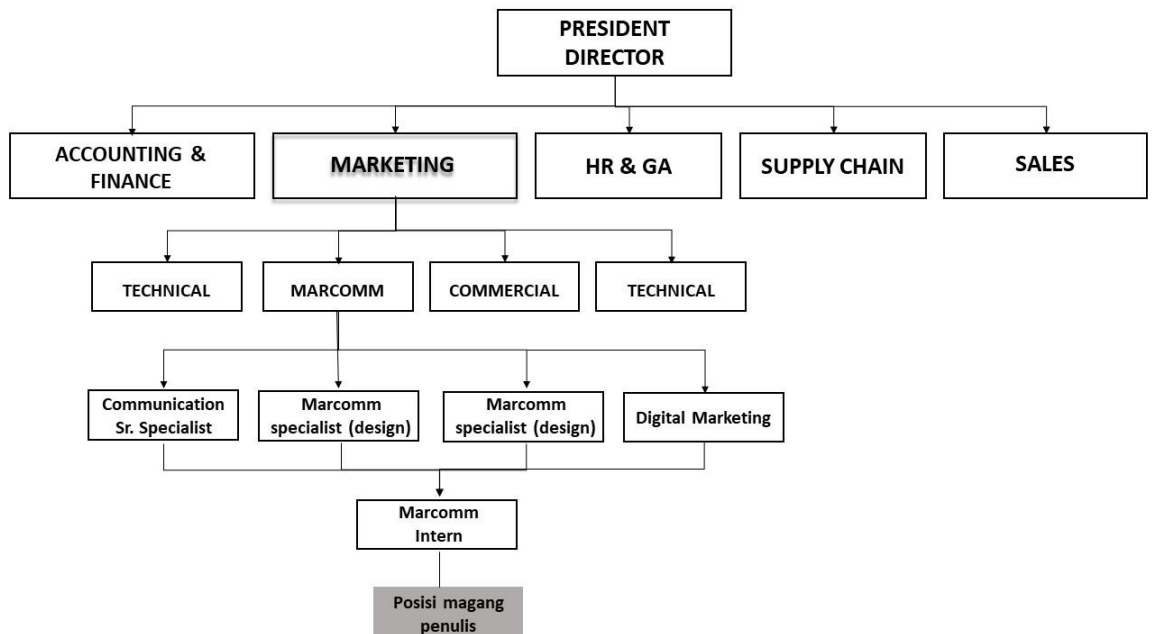
Proses bisnis utama PT Petrojaya Boral Plasterboard adalah B2B (*bussiness to bussiness*) sehingga tidak melayani transaksi langsung dengan konsumen. Apabila konsumen hendak membeli produk maka akan dialihkan kepada depo atau toko dengan domisili terdekat yang secara resmi terdaftar sebagai mitra bisnis. Akan tetapi tidak perlu khawatir, apabila konsumen memiliki keluhan serta membutuhkan saran terkait masalah dan solusi interior plafon secara langsung dari tim ahli perusahaan maka PT Petrojaya Boral Plasterboard siap membantu. Terlebih saat ini telah diluncurkan aplikasi yang dapat diakses oleh seluruh pengguna Android. Aplikasi yang dilengkapi dengan *Location Base Service* (LBS) dan *Global Positioning System* (GPS) ini dibuat untuk memudahkan konsumen sebab mampu memberikan informasi solusi berupa produk, perhitungan material, hingga jaringan distributor/toko serta aplikator diseluruh wilayah pemasaran USG Boral.

Selama 25 tahun beroperasi, USG Boral telah memproduksi papan gipsum lebih dari 400 juta meter persegi yang digunakan oleh berbagai segmen mulai dari rumah hunian, perkantoran, rumah

ibadah, rumah sakit hingga bangunan tinggi (*high-rise building*) seperti hotel dan apartemen. USG Boral terus memiliki komitmen untuk memberikan produk yang inovatif dengan teknologi terkini agar dapat memberikan kenyamanan hunian bagi seluruh masyarakat Indonesia. Bahkan hingga kini telah berdiri dua merek dagang besar dari USG Boral di Indonesia yaitu Jayaboard dan Indoboard.

2.1.2 Struktur Organisasi PT Petrojaya Boral Plasterboard

PT Petrojaya Boral Plasterboard memiliki struktur organisasi yang terdiri atas komponen atau unit kerja sebagai fungsi spesialisasi pekerjaan termasuk saluran komunikasi berupa instruksi, penyampaian informasi, dan penyampaian laporan. Dalam menjalankan fungsinya, berikut struktur organisasi dari PT Petrojaya Boral Plasterboard.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Petrojaya Boral Plasterboard

2.1.3 Merek Dagang PT Petrojaya Boral Plasterboard

a. Jayaboard

Jayaboard merupakan papan gipsum premium berteknologi pertama dari USG Boral di Indonesia. Sejak kelahiran PT Petrojaya Boral Plasterboard di Indonesia pada 1994, Jayaboard merupakan satu-satunya *brand* yang ditawarkan. Hingga kini Jayaboard telah membangun selama lebih dari 25 tahun. Produk-produk papan dari Jayaboard selain memiliki keunggulan yang ringan dan tahan lendut, juga memiliki daya tahan terhadap berbagai kondisi seperti kelembapan, air, jamur dan benturan. Sebagai pemimpin pasar, Jayaboard dapat dikatakan telah menduduki kursi *Top of Mind* dalam hirarki *Brand Awareness*. Hal tersebut terbukti dalam penghargaan-pernghargaan bergengsi yang berhasil diraih salah satunya penghargaan dalam TOP Brand Award 2018 dalam kategori *The Best Gypsum Board of The Year dan The Best Ceiling of The Year*. Penghargaan ini diberikan kepada merek yang memenuhi kriteria TOP berdasarkan survei oleh Frontier Consulting Group.



Gambar 2. 3 Logo Jayaboard

b. Indoboard

Indoboard merupakan merek dagang kedua yang baru saja diluncurkan pada September lalu. Sedikit berbeda dengan Jayaboard, Indoboard menasar pasar dengan segmen menengah ke bawah dengan harga yang lebih terjangkau. Meskipun harganya lebih terjangkau, dari segi kualitas telah memenuhi standar

industri. Produk dari Indoboard biasanya digunakan untuk hunian atau permukiman, bukan proyek besar layaknya . Saat ini Indoboard baru mengeluarkan satu jenis papan gipsu standar saja, belum bervariasi seperti papan teknikal dari Jayaboard.



Gambar 2. 4 Logo Indoboard

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

2.2.1 Struktur Divisi *Marketing Communication*

Divisi *Marketing Communication* di PT Petrojaya Boral Plasterboard berada langsung di bawah *Marketing Director* yang bertugas untuk membuat materi komunikasi, ataupun *tools* lain yang akan digunakan sebagai materi komunikasi pemasaran dan publikasi. Dalam pelaksanaannya, tim *Marketing Communication* yang terdiri atas *Marketing Communication Specialist* dan *Digital Marketing* dimonitor oleh *Communication Senior Specialist*. Dalam bagan tersebut terlihat ketiganya berada pada tingkatan yang setara, sebab hasil pekerjaan yang dilaporkan ketiganya akan diberikan langsung kepada *Marketing Director*, termasuk dalam instruksi pekerjaan pun diberikan langsung oleh *Marketing Director*.

2.2.2 *Advertising and Publication*

Salah satu ruang lingkup pekerjaan dari divisi *Marketing Communication* yaitu bertanggung jawab atas seluruh pembuatan konten ataupun materi yang akan digunakan dalam proses pemasaran dan publikasi. Konten tersebut dapat berupa iklan, artikel, konten media sosial, konten pada *partner media*, dan aktivitas komunikasi pemasaran lainnya. Informasi yang diberikan biasanya memuat seputar keunggulan perusahaan serta produk-

produk yang diluncurkan. Biasanya untuk pembuatan konten khususnya video yang sederhana untuk diunggah di media sosial, tim *Marketing Communication* membuatnya sendiri, mulai dari *pre-production* seperti pemilihan *talent*, lalu produksi seperti *shooting* dan perekaman, hingga *post production* dan *editing*. Namun jika konten digunakan untuk materi periklanan TVC biasanya menggunakan *third party* dari *agency* ataupun *production house*.

Termasuk dalam pemilihan dan peletakkan media (*media placement*) atas konten tersebut dikendalikan penuh oleh tim *Marketing Communication* mulai dari *pitching* berbagai media hingga pembelian *space* dari media.

2.2.3 *Event Management*

PT Petrojaya Boral Plasterboard juga senantiasa menyelenggarakan *event* bagi kedua merek dagangnya yaitu Jayaboard dan Indoboard. Ngopjay (Ngobrol Pintar Bareng Jayaboard) dan Ngopi (Ngobrol Pintar Bareng Indoboard) berupa *mini workshop* untuk mengenalkan produk dan sistem dari *brand* PT Petrojaya Boral Plasterboard beserta aplikasinya. *Event* tersebut dilaksanakan secara rutin sebagai aktivitas komunikasi pemasaran untuk lebih dekat dengan konsumennya yaitu aplikator. *Event* ini diselenggarakan di seluruh Indonesia yang di monitor oleh *sales representative* di tiap daerah. Nantinya segala bentuk *support* yang diberikan akan diatur oleh *Marketing Communication* hingga penyampaian *report* pun diserahkan kepada *Marketing Communication* untuk kemudian digunakan dalam pengembangan produk, sistem, hingga aktivitas pemasaran yang akan dilakukan kedepan.

2.2.4 *Technical Support*

Dalam divisi *Marketing Communication* juga beranggotakan arsitek yang berperan dalam pemetaan konstruksi menggunakan produk dari Jayaboard maupun Indoboard. Mulai dari perhitungan material hingga pemasangannya pun akan dimonitor oleh tim *Technical*. Dalam hal ini biasanya lebih mengetahui bagaimana situasi di lapangan sehingga dapat membantu pengembangan produk dan membantu dalam bentuk penyampaian/komunikasi yang akan disampaikan kemudian.

2.2.5 *Customer Service sebagai aktivitas Direct Marketing*

Tim *Marketing Communication* juga berperan untuk memegang *hotline* perusahaan untuk melayani konsumen secara langsung. Terkait dengan permintaan informasi produk lebih lanjut hingga komplain dilayani melalui *hotline*. Termasuk dalam penawaran untuk mengikuti *event* yang hendak diselenggarakan ataupun penawaran untuk bergabung dalam program loyalitas juga dilakukan melalui layanan *customer service* dan *hotline*.