



### **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. Deskripsi Perusahaan**

PT Unilever Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang FMCG atau *fast moving consumer goods*. Unilever Indonesia berdiri sejak 5 Desember 1933 dengan nama “Lever’s Zeepfabrieken N.V.”. Permulaan Unilever di Indonesia berawal di Angke, Jakarta Utara. Sebagian bisnis dari Unilever berekspansi di tahun 1936 dengan adanya pengenalan produk margarin Blue Band dan sabun Lux.

Pada tanggal 22 Juli 1980, perusahaan berganti nama menjadi PT Unilever Indonesia dan secara resmi menjadi perseroan terbuka serta menjual saham kepada publik. Dengan mendaftarkan 15% sahamnya di Bursa Efek Indonesia, nama PT Unilever Indonesia berubah pada 30 Juni 1997 secara resmi sebagai PT Unilever Indonesia Tbk.

Dalam sejarahnya, produk Unilever di Indonesia telah mengekspansi bisnis lokal seperti kecap asal Indonesia yaitu Bango, produk bumbu penyedap Royco, bisnis sari buah Buavita dan produk teh Sariwangi.

PT Unilever Indonesia Tbk telah membangun banyak pabrik yang berlokasi di Cikarang seperti pabrik es krim Walls, mendirikan pabrik *skincare* terbesar se-Asia, membuka pabrik bumbu masak dan kecap, serta membangun kantor pusat ke BSD City dan diresmikan pada tahun 2017. Unilever Indonesia merupakan sebuah perusahaan bisnis FMCG terbesar yang mengedepankan nilai dan tujuan pada setiap produknya.

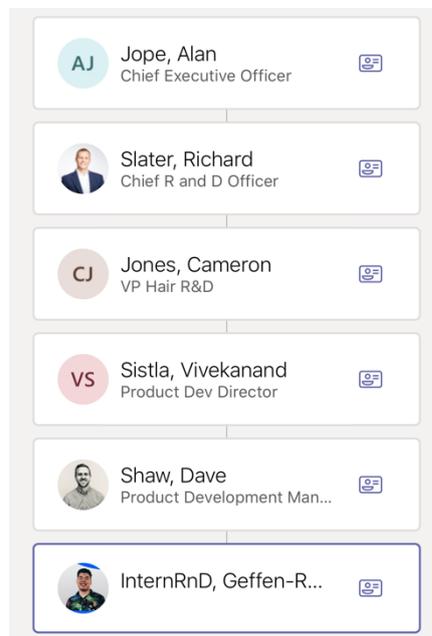
## 2.2. Logo Perusahaan (PT. Unilever Indonesia Tbk)



Gambar 2.1. Logo PT Unilever Indonesia Tbk

Logo Unilever adalah sebuah interpretasi tujuan mulia dari sebuah perusahaan yang bertujuan untuk memasyarakatkan kehidupan yang berkelanjutan atau juga dikenal sebagai *sustainable living*. Logo “U” terdiri dari 25 ikon yang mewakili aspek nilai Unilever lewat produk yang bermanfaat kepada masyarakat.

## 2.3. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2. Struktur Organisasi Perusahaan Unilever R&D Local (Indonesia),  
Regional (SEAA), Global

(Sumber : PT. Unilever Indonesia Tbk.)

Dalam struktur organisasi R&D PT. Unilever Indonesia, penulis yang merupakan *intern* atau karyawan magang, berada dibawah pengawasan selaku Product Development Manager Indonesia dan serta menjadi *supervisor* penulis. Dalam local Product Development Manager memberikan laporan kepada Product Development Director di tingkat regional. Lalu dalam tingkat global, Vice President Hair R&D bertanggung jawab dalam bagian pengembangan Hair R&D, Chief Research and Development Officer, dan CEO.

## **2.4. Visi dan Misi Perusahaan**

### **VISI**

Untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap harinya.

### **MISI**

- Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
- Kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.
- Kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.
- Kami senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami tumbuh dua kali lipat sambil mengurangi dampak terhadap lingkungan, dan meningkatkan dampak sosial.

## **4 Nilai Unilever (*Unilever Values*)**

1. Integritas (*Integrity*)
2. Respek (*Respect*)
3. Kejujuran (*Honesty*)
4. Semangat Kepeloporan (*Pioneer*)