



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 PT Mayora Indah Tbk

PT Mayora Indah Tbk memulai usahanya dengan membuat biskuit di *home kitchen* pada tahun 1948. Bisnisnya kemudian berkembang dan secara formal didirikan pada tahun 1977 dengan pabrik pertamanya berlokasi di Tangerang, yang kemudian menjadi perusahaan publik pada tahun 1990.

Seiring berjalannya waktu, PT Mayora Indah Tbk berkembang menjadi perusahaan global yang diakui di industri *Fast Moving Consumer Goods*. Didukung dengan jaringan distribusi yang kuat dan luas, produk-produk PT Mayora Indah Tbk tersedia di seluruh Indonesia dan beberapa negara di luar negeri seperti Malaysia, Thailand, Filipina, Vietnam, Singapura, Hong Kong, Arab Saudi, Australia, Afrika, Amerika dan Italia.

Gambar 2.1 Logo PT Mayora Indah Tbk



PT Mayora Indah Tbk memiliki beragam produk makanan dan minuman yang dibagi menjadi 8 (delapan) kategori yang akan dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.1 Kategori Produk PT Mayora Indah Tbk

No.	Kategori	Produk
1.	Biskuit	<ul style="list-style-type: none"> • Better • Coffee Joy • Danisa • Roma • Royal Choice • Slai O'lai • Wonder Wheat • Malkist • Jam O'Jam
2.	Permen	<ul style="list-style-type: none"> • Fres • Juizy Milk • Kis • Kopiko • Tamarin
3.	Wafer	<ul style="list-style-type: none"> • Cal Cheese • Superstar • ZuperrrKeju • Beng-beng
4.	Coklat	<ul style="list-style-type: none"> • Choki Choki
5.	Kopi	<ul style="list-style-type: none"> • Kopiko • Torabika
6.	Makanan Instan	<ul style="list-style-type: none"> • Bakmi Mewah Rasa • Migelas Protevit • Super Bubur

		<ul style="list-style-type: none"> • JoyMee
7.	Minuman	<ul style="list-style-type: none"> • Kopiko 78°C • Le Minerale • Teh Pucuk Harum
8.	Sereal	<ul style="list-style-type: none"> • Energen

Visi dan misi perusahaan dari PT Mayora Indah Tbk adalah sebagai berikut:

- Menjadi produsen makanan dan minuman yang berkualitas dan terpercaya di mata konsumen domestik maupun internasional dan menguasai pangsa pasar terbesar dalam kategori produk sejenis.
- Dapat memperoleh Laba Bersih Operasi diatas rata rata industri dan memberikan *value added* yang baik bagi seluruh *stakeholders* Perseroan.
- Dapat memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan negara dimana Perseroan berada.

Pekerjaan yang dilakukan di PT Mayora Indah Tbk didukung oleh tujuh prinsip Fundamental yang terbagi menjadi dua bagian yaitu *Key Success Factors* dan *Daily Working Values*:

a. *Key Success Factors*

Key success factors akan memandu keputusan bisnis PT Mayora Indah Tbk untuk terus membangun *lifelong relationships* dengan pelanggan dan secara konsisten menawarkan pembelian terbaik untuk kebutuhan mereka. *Key Success Factors* tersebut adalah:

1. Quality. PT Mayora Indah Tbk percaya dalam membuat produknya dengan kualitas yang terbaik dan memberi nilai tambah bagi kehidupan konsumennya. PT Mayora

memastikan bahwa konsumennya hanya menerima produk yang terbaik.

2. Efficiency. Efisiensi merupakan inti dari nilai kerja PT Mayora Indah Tbk. Ini adalah proses berkelanjutan yang membantu memberikan nilai terbaik dari segi uang bagi konsumen, dan juga untuk tetap mengatur semua aset industry PT Mayora untuk produktivitas yang maksimum.
3. Innovation. Tanpa inovasi, tidak akan ada kemajuan atau terobosan. PT Mayora terus mendengarkan konsumennya dan menciptakan produk & proses yang menjawab kebutuhan mereka dengan cara yang terus menjadi lebih baik dan lebih baik lagi.

b. *Everyday Working Values*

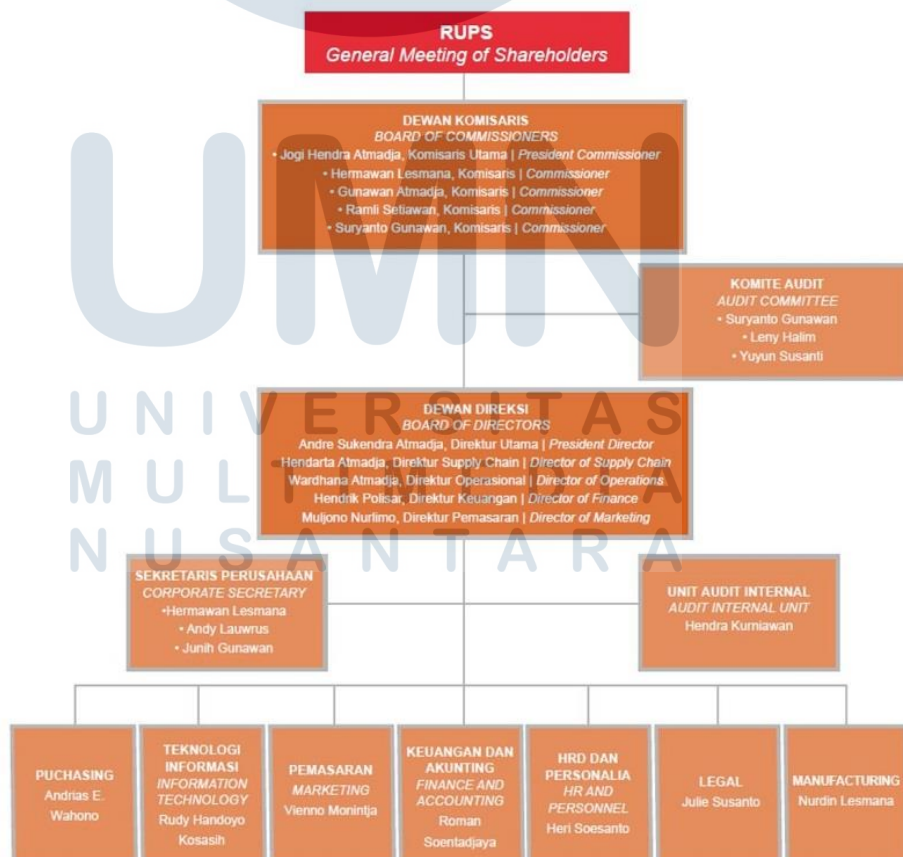
Bagian ini adalah nilai kerja harian PT Mayora Indah Tbk, yang akan menjadi kunci budaya dan panduan untuk berperilaku, memutuskan dan bertindak:

1. Passion. Gairah, kerja keras, dan ketekunan ada di dalam darah PT Mayora. Perusahaan menggunakan berbagai cara inovatif untuk memastikan perbaikan terus menerus dalam melakukan apa yang disukai setiap hari yakni memberikan keunggulan.
2. Wisdom. Perusahaan juga percaya untuk bekerja secara cerdas. Fleksibilitas, kejelasan, ketangkasan dan pragmatisme adalah kunci untuk merencanakan dan bertindak secara efisien. Perusahaan mendorong karyawannya untuk memiliki rasa hormat tidak hanya untuk orang lain tetapi juga untuk diri mereka sendiri, dan untuk saling membangun dan mengilhami orang lain di lingkungan mereka.

3. Responsibility. PT Mayora Indah Tbk memahami bahwa kepercayaan harus diperoleh, dan ini tercermin dalam harapan perusahaan agar karyawannya dapat bekerja dan bersikap bertanggung jawab. Hal ini dicapai melalui evaluasi prestasi dan produktivitas harian, serta mendorong perilaku karyawan dalam memecahkan masalah secara proaktif.
4. Confidence. Perusahaan bekerja dengan percaya diri dan melihat tantangan sebagai batu loncatan untuk perbaikan dan perusahaan berani bermimpi dan menginspirasi lingkungan.

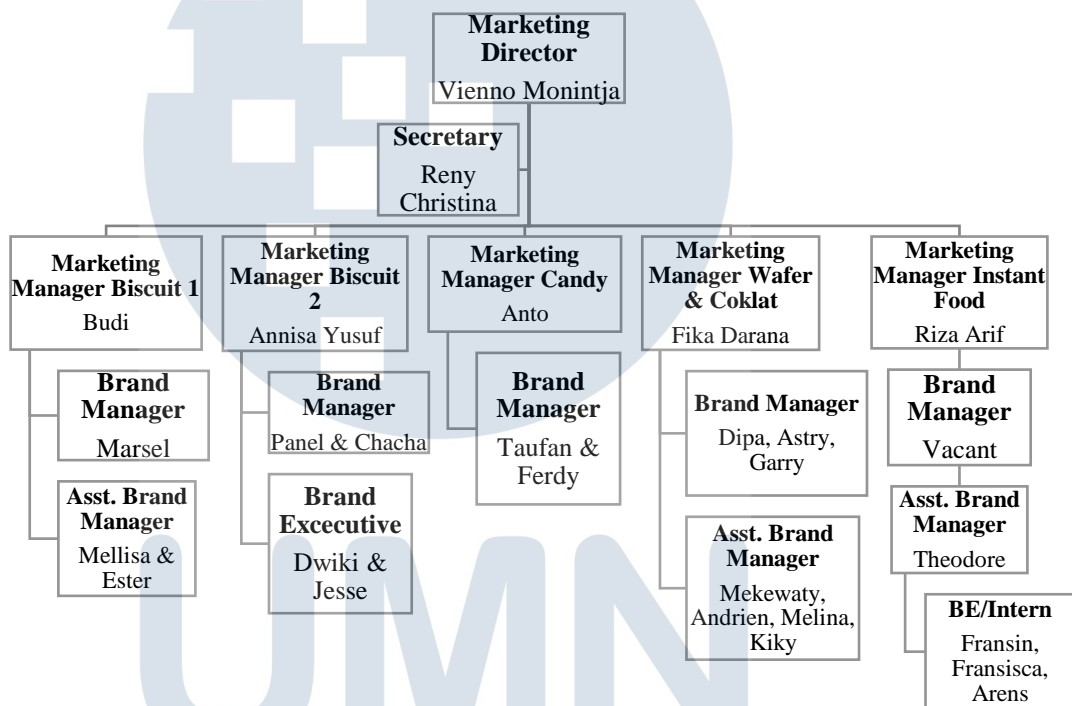
PT Mayora Indah Tbk dikelola oleh Dewan Direksi dibawah pengawasan Dewan Komisaris yang anggotanya diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Bagan diatas merupakan struktur organisasi keseluruhan PT Mayora Indah Tbk. Dalam kesempatan kerja magang ini, penulis ditempatkan pada divisi pemasaran atau *marketing* di bawah pimpinan direktur *marketing* yakni Vienno M. Monintja. Berikut akan dijelaskan lebih rinci dalam bentuk bagan struktur organisasi *Marketing 1* dimana penulis ditempatkan dalam kerja magang.

Gambar 2.3 Struktur Organisasi Divisi Marketing 1 PT Mayora Indah Tbk



Bagan diatas merupakan struktur organisasi Divisi Marketing 1 dimana penulis melakukan kerja magang selama 2 bulan dan di tempatkan pada *brand* Bakmi Mewah di bawah Theodore Christopher selaku *Assistant Brand Manager*.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Instant Food

Bakmi Mewah merupakan produk PT Mayora Indah Tbk kategori *Instant Food* yang masuk dalam departemen *Marketing 1*. Bakmi Mewah adalah produk bakmi siap saji istimewa dengan daging ayam asli yang nikmat dan menjadikannya

lezat, enak, dan aman untuk dikonsumsi pertama di Indonesia (Bakmi Mewah, 2015).

Gambar 2.4 Logo Bakmi Mewah Rasa



Bakmi Mewah Rasa merupakan produk terbaru dari Mayora yang diluncurkan pada tahun 2015. Bakmi Mewah Rasa sebagai pelopor bakmi siap saji pertama di Indonesia mempunyai banyak tantangan tersendiri, yang mengharuskan *brand* baru ini memiliki strategi yang tepat untuk meningkatkan *awareness* dari masyarakat yang menjadi *target market* Bakmi Mewah yakni kalangan menengah keatas.

Berikut merupakan uraian pekerjaan dan tanggung jawab yang dimiliki oleh *brand* Bakmi Mewah dalam divisi *Instant Food*:

- Membuat *planning* dan menerapkan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness* dari masyarakat.
- Mencari *event* yang tepat sebagai sarana melakukan *sponsorship* dengan tujuan untuk meningkatkan *awareness* publik terhadap *brand*.
- Melakukan aktivitas-aktivitas yang menunjang *target market* agar memiliki *experience* terhadap *brand*.
- Meningkatkan penjualan Bakmi Mewah dengan menghadirkan program-program kreatif.