



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 PT MAYORA INDAH TBK

2.1 Profil Perusahaan

Mayora adalah sebuah perusahaan global yang bergerak di bidang *consumer goods*. Berawal pada tahun 1948, biskuit-biskuit Mayora mulai dibuat di dapur sendiri, hingga akhirnya bisnis tersebut berkembang dan Mayora secara formal didirikan pada tahun 1977. Semenjak saat itu, Mayora tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan global yang dikenal luas, terutama dalam industri *Fast Moving Consumer Goods*.

Mayora memiliki beragam produk, yang dapat dikelompokkan menjadi delapan kategori: biskuit, permen, wafer, cokelat, kopi, makanan instan, minuman dan sereal. Beberapa produk Mayora yang sukses dan dikenal masyarakat luas adalah Kopiko, Danisa, Roma, Energen, Torabika, Beng Beng, dan masih banyak lagi.

Mayora memiliki tujuh nilai utama yang dibagi menjadi dua bagian, yaitu *Key Success Factors* (faktor-faktor kunci kesuksesan) dan *Daily Working Values* (Nilai Kerja Sehari-hari). *Key Success Factors* Mayora yaitu:

1. Kualitas

Mayora percaya bahwa membuat produk-produk dengan kualitas tinggi dapat meningkatkan nilai Mayora di mata konsumen. Tidak ada kompromi bagi Mayora dalam memastikan bahwa konsumen Mayora hanya menerima yang terbaik.

2. Efisiensi

Efisiensi adalah hal penting dalam nilai kerja Mayora. Menciptakan barang-barang dengan *best value for money* untuk konsumen Mayora adalah proses yang terus menerus. Tidak lupa, Mayora juga mengorganisir aset industrial demi produktivitas maksimum.

3. Inovasi

Tanpa inovasi, tidak akan ada kemajuan atau penemuan baru. Mayora senantiasa mendengar aspirasi konsumen dan menciptakan produk yang menjawab kebutuhan konsumen dengan cara yang terus menerus membaik.

Berikut adalah *Every Day Working Values* yang dimiliki Mayora.

1. *Passion*

Passion, kerja keras dan kegigihan mengalir di darah Mayora. Mayora terus menotak atik berbagai gagasan inovatif untuk menjamin kemajuan yang berkelanjutan dalam melakukan apa yang menjadi tujuan Mayora: memberikan yang terbaik.

2. Kebijaksanaan

Mayora juga menganut gagasan bekerja secara cerdas. Originalitas, kejelasan dan ketangkasan adalah kunci dalam perencanaan dan bekerja secara efisien. Mayora memotivasi para karyawan untuk memiliki respek, tidak hanya terhadap sesama tapi juga terhadap diri sendiri, lalu kemudian secara bersama membangun dan menginspirasi orang lain dalam lingkungan hidup mereka.

3. Tanggung Jawab

Mayora mengerti bahwa kepercayaan bukanlah hal yang mudah untuk didapatkan, dan hal ini terpancar dari keinginan Mayora terhadap karyawan untuk bekerja dan bersikap secara bertanggung jawab.

4. Confidence

Mayora bekerja secara percaya diri, dan melihat tantangan sebagai batu loncatan menuju kemajuan. Mayora tidak takut untuk bermimpi dan menginspirasi sekitar.

Mayora memiliki tiga butir visi & misi, yaitu:

1. Untuk menjadi pabrik makanan dan minuman yang dipercaya oleh konsumen, baik dalam maupun luar negeri, dan mengontrol pasar secara signifikan di setiap kategori.
2. Untuk menyediakan nilai lebih bagi setiap *stakeholder* Mayora.
3. Berkontribusi positif kepada lingkungan dan negara dimana Mayora beroperasi.

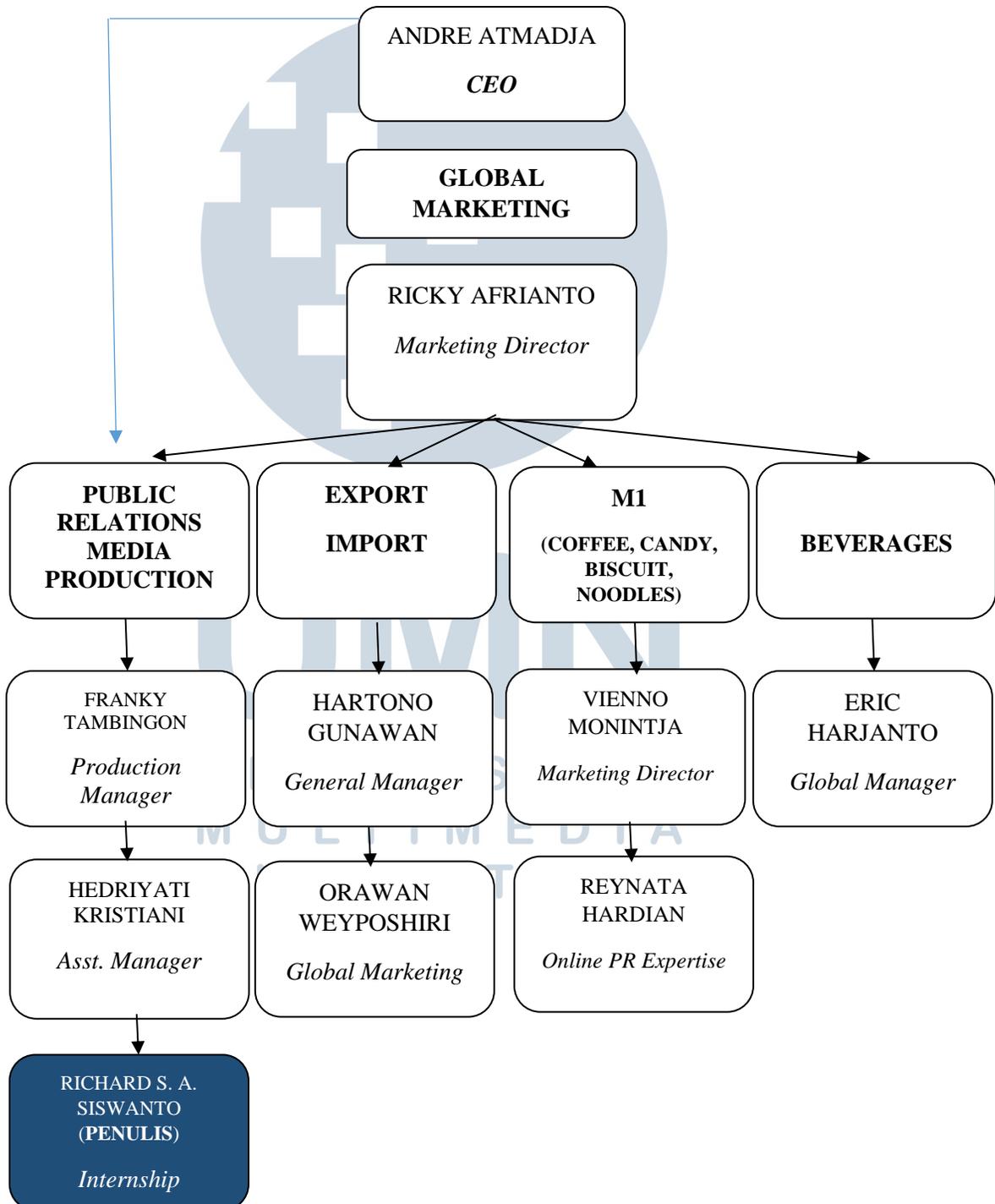
Berdiri selama lebih dari 65 tahun, Mayora telah mendistribusikan produk-produk ke lebih dari 90 negara, dan telah memperkerjakan lebih dari 30.000 karyawan. Berbagai batu loncatan telah dilewati oleh Mayora, dan berikut adalah bagan *milestone* Mayora.



2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Berikut adalah susunan divisi Marketing di PT Mayora Indah Tbk.

Bagan 2.1
Struktur Divisi Marketing PT Mayora Indah Tbk.



PT. Mayora Indah Tbk. merupakan perusahaan yang sangat besar dan memiliki banyak cabang divisi perusahaan. Maka dari itu, penulis disini melampirkan bagan struktur divisi perusahaan Mayora secara terfokus pada divisi yang memang menjadi *concern* penulis yaitu divisi Global Marketing.

Pada Divisi *Global Marketing*, dibagi lagi menjadi empat bagian, yaitu Divisi Produksi Media PR, Divisi Ekspor-Import yang mengurus segala kepentingan ekspor import Mayora global, M1 yang merupakan gabungan dari beberapa produk *foods* Mayora, kemudian juga Divisi *Beverages*. Masing-masing sub divisi memiliki kepala dan banyak *officer* lainnya dalam struktur perusahaan, kembali lagi penulis mengerucutkan bagan struktur perusahaan yang menjadi fokus penulis dan yang berperan dalam penyelesaian kerja magang penulis.

Penulis bekerja di bawah divisi Produksi Media PR tetapi penulis juga turut membantu dalam pekerjaan dari sub divisi lainnya. Karena penulis berada di bawah divisi yang dibawah langsung oleh CEO atau Presiden Direktur Mayora, maka penulis juga sempat membantu sedikit pekerjaan CEO PT Mayora Indah Tbk., Andre Atmadja.

