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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Gambar 2.1

Logo Mayora

Sumber: Data Perusahaan

PT Mayora Indah Tbk (Mayora) didirikan pada tahun 1977 dengan lokasi pabrik pertama di Tangerang. Kemudian, PT Mayora Indah Tbk menjadi perusahaan publik pada tahun 1990. Kegiatan usaha Mayora diantaranya adalah dalam bidang industri. Saat ini, Mayora memproduksi dan memiliki 6 (enam) divisi yang masing-masing menghasilkan produk berbeda namun terintegrasi.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Tabel 2.1

Produk Mayora

Divisi	**Merek Dagang**
Biskuit	Roma, Danisa, Royal Choice, Better, Muuch Better, Slai O'Lai, Sari Gandum, Sari Gandum Sandwich, Coffeejoy, Chees'kress
Kembang Gula	Kopiko, Kopiko Milko, Kopiko Cappuccino, Kis, Tamarin, Juizy Milk
Wafer	Beng Beng, Beng Beng Maxx, Astor, Astor Skinny Roll, Roma Wafer Coklat, Roma Zuperrr Keju
Coklat	Choki-choki
Kopi	Torabika Duo, Torabika Duo Susu, Torabika Jahe Susu, Torabika Moka, Torabika 3 in One, Torabika Cappuccino, Kopiko Brown Coffee, Kopiko White Coffee, Kopiko White Mocca
Makanan Kesehatan	Energen Cereal, Energen Oatmilk, Energen Go Fruit
Instant Food	Migelas Protevit, Bakmi Mewah

Di Indonesia, Mayora dikenal sebagai *market leader* yang sukses menghasilkan produk-produk yang menjadi pelopor pada kategorinya masing-masing. Karena menurut

hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan selama kerja magang, memang produk-produk Mayora adalah produk pencetus. Contohnya adalah permen kopi pertama yang ada di Indonesia adalah Kopiko, coklat pasta pertama di Indonesia adalah Choki-Choki, begitu juga dengan produk lainnya.

Tabel 2.2

Produk Pelopor Mayora

Permen Kopiko, pelopor permen kopi
Astor, pelopor *wafer stick*
Beng Beng, pelopor *wafer caramel* berlapis coklat
Choki-choki, pelopor coklat pasta
Energen, pelopor minuman sereal
Kopi Torabika Duo dan Duo Susu, pelopor *coffee mix*

Hingga saat ini, perseroan tetap konsisten pada kegiatan utamanya, yaitu di bidang pengolahan makanan dan minuman. Sesuai dengan tujuannya, perseroan bertekad akan terus menerus berupaya meningkatkan segala cara dan upaya untuk mencapai hasil yang terbaik.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi perusahaan dari PT Mayora yakni :

1. Menjadi produsen makanan dan minuman yang berkualitas dan terpercaya di mata konsumen domestik maupun internasional dan menguasai pangsa pasar terbesar dalam kategori produk sejenis.

2. Dapat memperoleh Laba Bersih Operasi diatas rata rata industri dan memberikan *value added* yang baik bagi seluruh *stakeholders* Perseroan.
3. Dapat memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan negara dimana perseroan berada.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Berikut adalah nilai perusahaan yang ditanamkan oleh PT Mayora:

1. Konsumen

   Prioritas pada kepuasan konsumen.

2. Orang

   Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, berani mengambil resiko, menghargai karya dan komitmen orang lain.

3. Kerja Tim

   Membangun kepercayaan satu dengan yang lain, serta bekerjasama menjadi tim pemenang.

4. Keunggulan

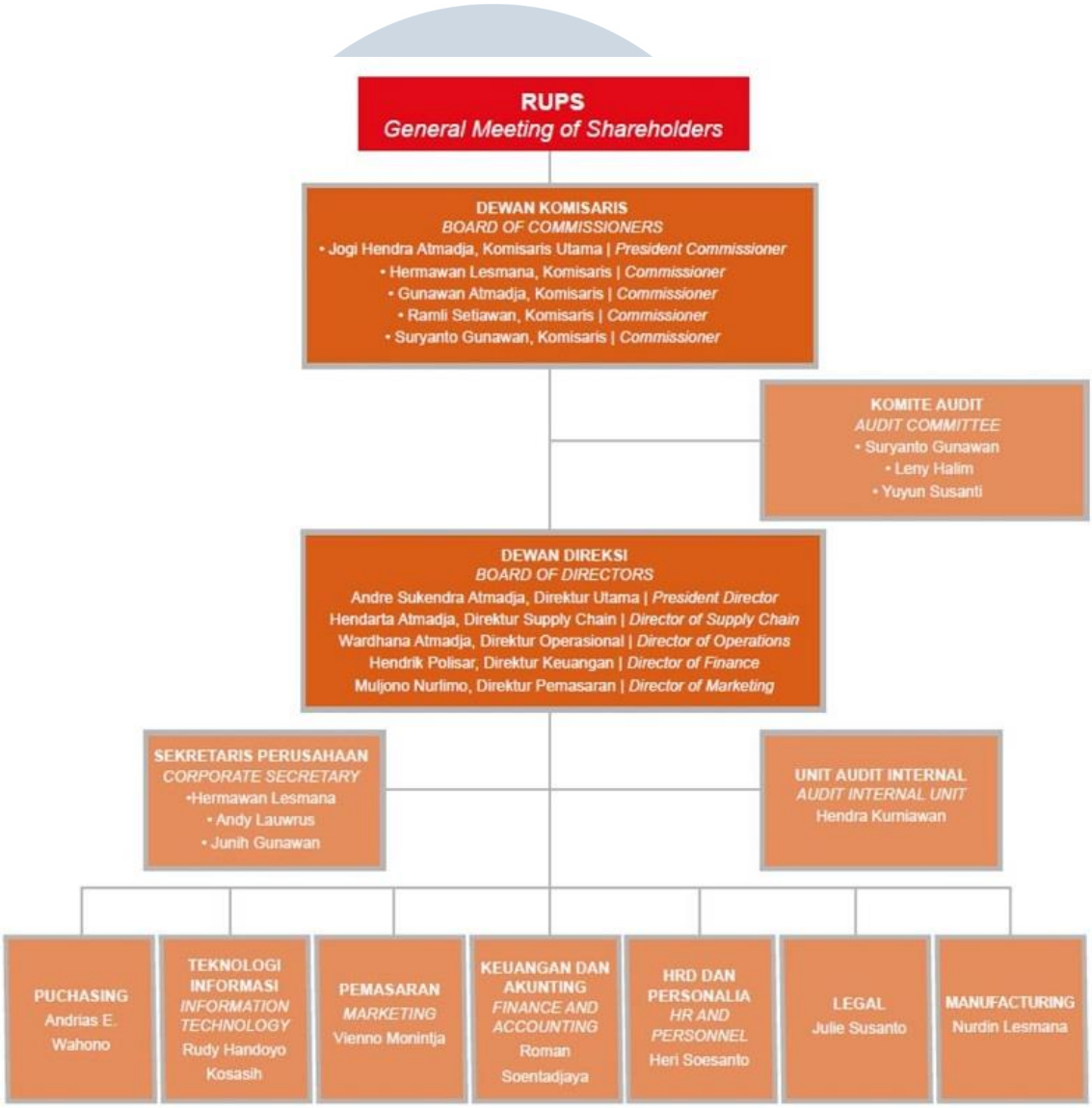
   Biasakan menjadi yang terbaik sebagai gaya hidup. Selalu berusaha untuk menjadi yang terbaik. Terus meningkatkan proses dan cara kerja untuk memuaskan pelanggan

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.3 Struktur Perusahaan

Bagan 2.1.3

Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber : Data Perusahaan

2.1.4 Profil Brand

Gambar 2.2

Logo Migelas

Sumber: Data Perusahaan

Migelas adalah salah satu merek mie instan seduh yang kaya akan protein dan vitamin, dapat dilihat dari namanya "Migelas Protevit" yang artinya Migelas Protein dan Vitamin. Sesuai dengan merek nya, memang benar bahwa Migelas ini merupakan mie yang sehat karena tidak menggunakan pengawet dan MSG, melainkan menggunakan kaldu ayam asli dan penyedap rasa yang dihasikan oleh bahan bahan alami yang harganya jauh lebih mahal dibanding MSG. Dapat dilihat juga dari masa kadaluarsa yaitu 9 bulan, yang jika dibandingkan dengan produk lain Migelas merupakan mi instan dengan masa kaladuarsa yang cepat.

Migelas merupakan salah satu *brand* yang lahir dari PT Mayora, termasuk ke dalam kategori atau divisi *Instant Food* di departemen Marketing 1. Migelas Protevit merupakan produk *soupy snack noodle* sebagai penunda lapar yang lezat dan aman karena terbuat dari bahan-bahan alami dan berkualitas. Migelas Protevit diproduksi dengan inovasi baru dan sehat yaitu tanpa menggunakan MSG, tanpa pengawet, tanpa pewarna, sehingga aman dikonsumsi berkali-kali. Migelas Protevit juga dilengkapi kandungan Protevit, paduan antara protein dan vitamin A, B1, B2, B6 dan B12 yang berguna untuk menutrisi tubuh. Dengan nikmatnya kaldu alami, lembutnya mie, porsi yang pas, serta penyajian yang praktis menjadikan Migelas sangat cocok atasi lapar di jam tanggung.

Target Migelas adalah ibu-ibu (*moms*) dengan gaya hidup sehat yang menginginkan jajanan sehat untuk anaknya (*kids*), mie instan dengan harga terjangkau, dan anak-anak sekolah yang sudah diberikan uang jajan oleh orangtuanya. Target Migelas dibagi menjadi:

1.) ***primary target*** yakni ibu dan anak, 25 sampai 44 tahun ses A-B-C-D

2.) ***secondary target*** yakni anak-anak 6 sampai 12 tahun, ses A-B-C-D.

Sedangkan *positioning brand* Migelas adalah ingin menduduki posisi mie instan yang sehat, tanpa MSG, dan membuat kenyang di jam tanggung. *Unique selling point* Migelas ada pada kategori produk mie dalam gelas yang pertama hadir di pasar dan menggunakan *keyword* "Tanpa Pengawet dan MSG Tambahan".

Migelas hadir di jenis pasar *General Trade* (GT) seperti pasar *traditional*, warung, dan *Modern Trade* (MT) seperti *mall*, *mini market*, *super market.* Namun dikarenakan target pasar yang lebih mencakup kepada SES C dan B, sebagaian besar distribusi Migelas ada pada GT, dan sebagian kecilnya adalah MT.

Migelas memiliki semakin banyak kompetitor dengan jenis produk yang serupa, yakni Sarimi Gelas. Selain itu, kompetitor Migelas adalah Mie Sedap *Cup*, Pop Mie, dan Mie Sakura. Migelas menjadi *brand* yang inovatif dari tahun ke tahun hingga munculnya merek Sarimi Gelas. Di antara kompetitornya, Migelas merupakan *brand* yang konsisten terhadap nilai-nilai dan janji. Migelas melakukan *branding* dengan sangat memperhatikan unsur *STP*, untuk menemukan jenis strategi dan penempatan yang sesuai dengan target, terutama dalam melakukan *branding* seperti penempatan logo, dan item *branding* yang merupakan *tools branding* yang digunakan Migelas seperti poster, *banner*, *flagchain*, *shopblind*, media publisitas.

2.1.4.1 Struktur Organisasi Brand

Sumber : Data Perusahaan

2.2 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Penulis ditempatkan dalam divisi Marketing 1 (*Instant Food*) yang berisikan *Marketing Director, Marketing Manager, Brand Manager, Brand Excecutive,* dan *Admin.* Dalam divisi ini, tugas masing-masing jabatan tetap berfokus pada strategi komunikasi pemasaran yang akan berpusat pada peningkatan *sales.* Berikut penjabaran *job description* pada divisi Instant Food :

1. ***Marketing Director*** : Melakukan pemantauan perkembangan seluruh divisi berdasarkan laporan bulanan dan tahunan yang diterima serta seluruh kegiatan pemasaran yang sedang berjalan. Memberikan *approval* terkait program-program yang akan dijalankan dengan biaya besar.

2. ***Marketing Manager*** : Mengawasi seluruh kegiatan dan perkembangan divisi tertentu dan membuat *resume* bulanan atau tahunan dari semua *brand* dalam satu divisi. Marketing Manager diberi wewenang untuk menandatangani program-program yang membutuhkan *budget* di bawah 300 juta rupiah.

3. ***Brand Manager*** **:** Menggerakan suatu *brand* dengan melaksanakan strategi *marketing communication, brand plan,* dan segala kegiatan *brand activation*

4. ***Brand Excecutive*** **:** Membantu *Brand Manager* dalam menjalankan semua prosedur kegiatan, perencanaan strategis, eksekusi *event,* dan segala aktifitas yang mendukung peranan *Brand Manager.*

5. ***Admin*** **:** Menyediakan *budget,* dan melakukan pengecekan *production materia*l dan seluruh kegiatan alokasi barang produksi. Admin juga bertugas membantu *Brand Manager* dan *Brand Excecutive* dalam merencanakan *meeting* dengan pihak tertentu, menyediakan ruangan, dan pembukuan *action proposal.*

Seluruh posisi di divisi ini berperan berkesinambungan dalam merancang dan mendukung program-program *brand activation.* Di dalam divisi ini, hanya berfokus pada pengembangan *brand activation* Migelas Protevit, sedangkan *brand* yang lain memiliki struktur organisasi sendiri.

Pekerjaan yang dilakukan juga membutuhkan support satu sama lain, dalam artian orang yang berada di posisi terendah seperti Admin sangat membutuhkan peran *Marketing Director*, begitu juga sebaliknya. Jadi, dalam divisi ini, semuanya saling memiliki peran penting dalam menunjang keberhasilan *brand*.