

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

APP Sinarmas merupakan perusahaan internasional yang berfokus dalam bidang industri *pulp*, kertas, dan konversi. APP Sinarmas telah berdiri selama bertahun-tahun dan aktif dalam memperluas lingkup bisnisnya secara signifikan. APP Sinarmas mengimplementasikan tata kelola keberlanjutan dengan berbagai tingkatannya. Beberapa PT yang menjadi pembagiannya antara lain: PT Indah Kiat Pulp & Paper TBK, PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia TBK, PT Lontar Papyrus Pulp & Paper Industry, PT Oki Pulp & Paper Mills, PT Pindo Deli Pulp and Paper Mills. Dalam PT Indah Kiat Pulp & Paper, kemudian dilakukan akuisisi dan perluasan pabrik *pulp* dan kertas yang tersebar di berbagai wilayah dengan pembagiannya, salah satunya PT Univenus (APP Group, n.d.).

PT Univenus merupakan *tissue business unit* dalam APP Sinarmas yang bergerak dalam produksi berbagai *brand tissue* dengan target konsumen yang berbeda-beda. PT The Univenus telah berdiri sejak 10 September 1975. Pada tahun 1978 hingga 1979, PT Univenus mulai memproduksi kertas putih dan kraft sebanyak 12.000 ton per harinya. Namun saat ini produksi utama yang dilakukan oleh PT Univenus adalah berbagai produk tisu (Univenus, n.d.). PT Univenus mampu bersaing dengan para kompetitornya melalui produk tisu yang ramah lingkungan dan satu-satunya produk tisu yang memiliki sertifikat berstandar halal dari MUI dan BPOM. Beberapa *brand tissue* terkemuka yang diproduksi oleh PT Univenus antara lain Paseo, Nice, Toply, dan Jolly. Keempat *brand tissue* ini memiliki target konsumen yang berbeda beda.



Gambar 2. 1 Logo Paseo  
Sumber: APP Sinar Mas

Paseo yang di *branding* dengan kemasan dan kesan yang premium untuk menargetkan pengguna dengan umur yang lebih matang, seperti ibu-ibu dengan produknya yang premium, halus, dan seringkali ditujukan untuk penggunaan pada bagian tubuh. Paseo terdiri dari beragam jenis berupa *facial tissue*, *bathroom tissue*, *towel tissue*, *napkin tissue*, *baby tissue*, dan *tissue wipes*.



Gambar 2. 2 Logo Nice  
Sumber: APP Sinar Mas

Nice ditargetkan ke pengguna remaja maupun keluarga muda dengan kesan yang *fun*, dinamis, serta penggunaan warna yang cerah dengan produknya yang seringkali ditujukan untuk penggunaan pada produk. Nice tersedia dengan berbagai jenis yaitu *facial tissue*, *roll tissue*, dan *kitchen towel*.



Gambar 2. 3 Logo Topy  
Sumber: APP Sinar Mas

Topy ditujukan kepada pengguna yang cenderung memperhatikan harga ketika membeli tisu. Topy memiliki produk berupa tisu napkin yang sudah

berakreditasi *food grade*. Tisu Toply dibuat dengan tekstur yang lebih solid sehingga tidak mudah robek.



Gambar 2. 4 Logo Jolly  
Sumber: APP Sinar Mas

Jolly ditargetkan kepada pengguna seperti ibu-ibu yang mengutamakan harga dalam memilih tisu yang diinginkan. Dengan harganya yang ekonomis, Jolly tersedia dengan berbagai jenis *facial tissue*, *toilet tissue*, dan *culinary tissue*.



Gambar 2. 5 Logo Livi  
Sumber: APP Sinar Mas

Pada produk *business to business*, PT Univenus membuat *brand* Livi melalui pemasaran yang ditawarkan kepada bisnis seperti restoran, hotel, cafe, dan lainnya. Produk Livi kemudian terbagi menjadi 3 tingkat berupa Livi Everyday dengan produk yang *non-recycle* dan disarankan untuk UMKM, Livi Essentials dengan produknya yang *hypoallergenic*, dan Livi Impresa yang dirancang untuk mendukung pelestarian dengan produk tisunya yang premium. Pada produk yang dihasilkan pun memiliki berbagai jenisnya masing-masing seperti tisu wajah, tisu toilet, tisu makan/serbet, tisu dapur, dan tisu basah.

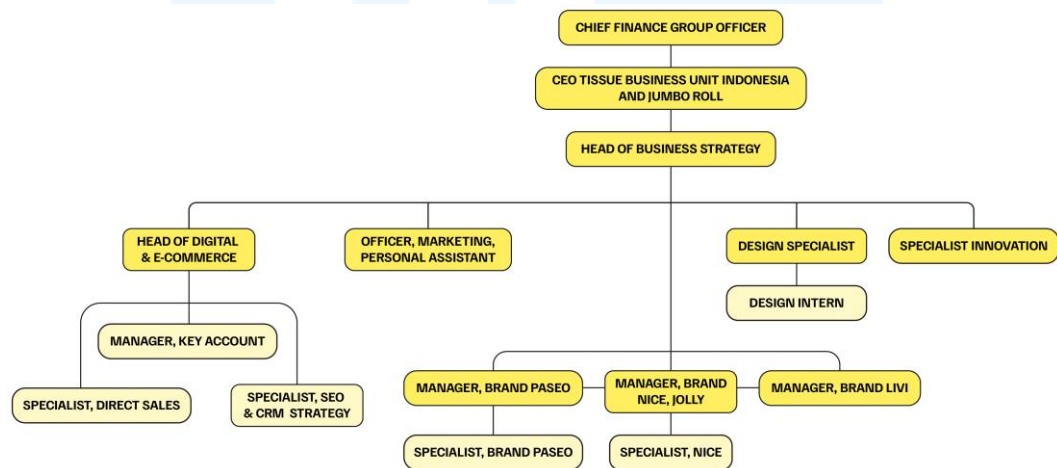
PT Univenus memiliki visi untuk menjadi produsen *pulp* dan kertas dengan posisi nomor satu di dunia, serta menjadi pemimpin global yang bertanggung jawab atas segala aspek bisnis yang dimilikinya. Selain itu, PT Univenus juga memiliki

misi sebagai perusahaan yang konsisten dalam memberikan pelayanan terbaiknya kepada konsumen dengan pengirimannya yang tepat waktu, kualitas produknya yang terjamin, dan harga produk yang bersaing. Dalam memberikan pelayanan terbaiknya, selama periode magang, penulis memiliki kesempatan untuk melakukan *print proofing* dan mencoba mengunjungi pabrik tisu basah serta *printing* kemasan produk di PT Univenus Cikupa. Dalam kunjungan, penulis melakukan *print proofing* dengan menentukan skala hasil *printing* dari *minimum*, *standar*, hingga *maximum* yang menjadi acuan dalam produksi dengan skala besar nantinya. Selama mencoba memastikan hasil *print* yang sesuai dengan warna yang direncanakan dan kesan yang ingin dibawa pada produk, penulis juga diajak untuk melakukan tur kecil dalam pabrik dengan melalui berbagai proses produksi. Dalam prosesnya, PT Univenus juga memiliki labnya tersendiri untuk melakukan penelitian dan pengembangan terkait produknya. Pada saat kunjungan, penulis melihat secara singkat proses pembuatan cairan yang akan digunakan pada tisu basah yang diproduksi. Selanjutnya, penulis berkesempatan untuk melihat dan bertanya mengenai alur proses *printing* dalam suatu desain. Pada proses cetaknya, PT Univenus memiliki berbagai macam warna baik yang umum maupun warna khusus yang dimiliki setiap produknya. Selain itu, proses percetakan melalui proses *rotogravure printing* untuk kemasan tisu dibagi menjadi berbagai warna yang diproses secara bertahap dan menimpa warna satu dengan yang lainnya sehingga tercipta kumpulan bentuk serta warna yang diinginkan. Pada proses percetakannya, mesin yang dimiliki terdiri dari berbagai bagian warna dengan genangan cat pada bagian bawah mesin dan memiliki sistemnya dalam mempertahankan warna serta hasil cetak yang konsisten. Penulis juga bertanya mengenai proses membuat warna khusus yang diracik untuk produk tertentu, yang ternyata memiliki berbagai cairan khusus dengan 3 macam presentase transparan. Penulis juga mengamati bahwa terdapat bagian kumpulan *cylinder* yang terbuat dari besi yang berlapis tembaga yang telah melalui proses grafir desain dari *file* ke *cylinder*. Penulis kemudian dibawa ke proses percetakan selanjutnya yaitu pemotongan, penggabungan kemasan, dan pon pada kemasan. Hasil percetakan awalnya berupa gulungan plastik yang kemudian dipotong, lalu digabungkan dengan memanaskan bagian

ujung kemasan, dan akhirnya melalui proses pon untuk kemasan. Proses ini kemudian dilanjutkan dengan penemasan tisu di pabrik lainnya.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi pada PT Univenus terdiri dari berbagai subdivisi dalam setiap tim. Pada periode magang, penulis dilokasikan dalam tim yang berpusat pada *business strategy*. Dalam proses perancangan, penulis dapat memvisualisasikan ide-ide yang telah direncanakan oleh tim lainnya untuk keperluan publikasi atau eksternal maupun keperluan internal.



Gambar 2. 6 Bagan Struktur Organisasi PT Univenus

Pada perencanaan suatu proyek, terdapat berbagai divisi dengan tugasnya masing-masing yang diselesaikan secara bertahap. Divisi *brand* memiliki peran penting dalam menciptakan ide-ide, konsep, pesan yang ingin disampaikan, regulasi, dan biaya dalam setiap proyek atau *event*. Dalam perencanaan tersebut, kemudian dilakukan implementasi melalui desain yang akan dibuat sebagai ilustrasi dari proyek yang akan dijalankan. Setelah mencapai rincian proyek dan desainnya, divisi *brand* kemudian melakukan *approval* kepada *head of business strategy*, kemudian *head of business strategy* akan menelaah kembali dari segala detail proyek maupun desainnya apakah sudah layak atau belum. Jika masih terdapat hal yang masih belum memuaskan, *head of business strategy* akan memberikan revisi dan akan dilakukan secara berulang hingga mencapai standar. Setelah itu, proyek tersebut akan dibawa kepada *CEO tissue business unit Indonesia and jumbo roll* untuk mendapatkan kembali *approval* sebelum proyek dijalankan. Pada tahapan

tersebut, proyek yang dibawa akan mendapatkan berbagai masukan dan revisi jika dinilai masih belum cukup baik untuk dijalankan. Setelahnya, revisi yang dibuat akan dijelaskan kembali kepada desainer dan segera disesuaikan dengan masukan yang diberikan. Setelah tahapan revisi, proyek akan melalui alur kerja yang sama seperti sebelumnya, mendapatkan *approval* mulai dari divisi *brand*, dilanjutkan ke *head of business strategy*, dan yang terakhir, diajukan kepada *CEO tissue business unit Indonesia and jumbo roll* untuk mencapai finalisasi sebelum proyek dijalankan sepenuhnya. Setelah *approval*, divisi lain akan terlibat untuk memasarkan, menjelaskan kepada pihak yang akan berkontribusi menjalankan proyek, maupun melakukan proses cetak.

### **2.3 Portfolio Perusahaan**

PT Univenus membuat berbagai varian produk dengan berbagai merk dagang yang tersebar luas di masyarakat. *Brand* yang paling gencar dan bervariasi yang dimiliki oleh PT Univenus adalah Paseo. Paseo merupakan *brand* tisu yang sudah berdiri sejak lama dan diminati oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, Paseo sudah terdiri dari berbagai varian produk dengan kolaborasi karakter maupun inovasinya yang unik. Dibalik keberhasilannya, Paseo juga menjunjung tinggi nilai kesetiaan yang diberikan oleh pengguna dengan kepercayaan atas klaim produknya yang alami, higienis, dan aman digunakan oleh segala kalangan.

Untuk menarik konsumen, Paseo pernah berkolaborasi dengan berbagai karakter yang memiliki banyak peminat. Beberapa karakter yang pernah berkolaborasi dengan Paseo dan berhasil menarik peminat yang banyak antara lain Minions, Gudetama, dan Sanrio. Dalam kolaborasinya, Paseo menambahkan berbagai varian karakter dalam produk-produknya, terutama pada produk Paseo Elegant. Paseo Elegant memiliki tekstur yang lembut dan kuat serta dapat digunakan untuk wajah, mulut, maupun kulit. Desain kemasan dibuat semenarik mungkin dengan tujuan untuk menemani hari-hari pengguna yang menyukai karakter tersebut.



Gambar 2. 7 PASEO MINIONS

Sumber: <https://paseo.co.id/documents/216123/4794079/Landing-Page-Minions-updated/0984ec24-2197-31c6-1c17-2537aada0648>

Paseo melakukan kolaborasi dengan Minions untuk produknya. Dalam hal ini, Paseo menyertakan karakter Minions dalam banyak jenis produknya. Ada pun produk-produk Paseo yang menggunakan desain dengan karakter Minions antara lain di produk Paseo Elegant Facial Travel, Paseo Ultrasoft Facial Soft Pack, Paseo Smart Facial Soft Pack, Paseo Smart Facial Hanky Standard Perfumed, Paseo Smart Facial Hanky Standard Non Perfumed, dan Paseo Calorie Absorb Cooking Towel.



Gambar 2. 8 PASEO Elegant Facial Gudetama

Sumber: <https://paseo.co.id/produk-paseo/-/detail/product/paseo-elegant-facial-gudetama-hanky-compact-10-packs-8-s>

Selain kolaborasinya dengan Minions, Paseo juga pernah berkolaborasi dengan karakter Gudetama yang juga menjadi minat sebagian besar pengguna. Paseo berkolaborasi dengan karakter Gudetama untuk produknya Paseo Elegant



Facial Hanky Compact. Dalam kemasan produk *bundling* tersebut, Paseo menampilkan berbagai aktivitas Gudetama.



Gambar 2. 9 PASEO Elegant Facial Sanrio

Sumber: <https://paseo.co.id/produk-paseo/-/detail/product/paseo-elegant-facial-sanrio-characters-hanky-compact-10-packs-8-s>

Selanjutnya, Paseo juga melakukan kolaborasi dengan karakter Sanrio yang diminati oleh pengguna. Produk yang digunakan dalam kolaborasinya dengan karakter Sanrio antara lain Paseo Elegant Facial Soft Pack dan Paseo Elegant Facial Hanky Compact. Dalam produknya, Paseo menampilkan berbagai karakter Sanrio dengan tampilan yang berbeda-beda, seperti Purin, Cinnamoroll, My Melody, dan Hello Kitty.

Selain menggunakan berbagai karakter dalam kolaborasinya untuk meningkatkan daya tarik dalam penjualannya, Paseo juga terus berinovasi dalam menciptakan varian produknya. Salah satu produk Paseo yang sangat unik namun juga berpengaruh besar dalam membantu kebutuhan pengguna adalah Paseo Aroma Relief. Produk Paseo Aroma Relief dapat menghasilkan aroma yang menenangkan, sehingga sangat berguna untuk kehidupan sehari-hari. Sesuai dengan namanya, “Aroma Relief”, Paseo berhasil menciptakan pengalaman unik berupa aroma yang menenangkan dan melegakan yang tidak bisa didapatkan melalui produk tisu lainnya oleh pengguna. *Essential oil* yang terkandung di dalam produknya mampu menarik pengguna yang menyukai aroma, menimbulkan rasa tenang, melegakan sakit, dan sangat berguna untuk diselipkan pada masker yang sering digunakan karena memperhatikan kesehatan pasca pandemi ini.





Gambar 2. 10 PASEO Aroma Relief  
 Sumber: <https://www.instagram.com/p/CwpEZXRfN2/>

Dengan berbagai varian produk yang sukses berkolaborasi dengan karakter serta inovasinya yang terus berkembang, Paseo berhasil dalam menarik konsumen yang sebelumnya mungkin belum terjangkau dalam cakupan target konsumen. Produk yang dihasilkan pun mampu memberikan berbagai pengalaman unik dan menyenangkan bagi penggunaannya. Dalam penggunaan tisu yang bergambarkan karakter yang disukai, pengguna dapat merasakan senang saat melihat karakternya dan bersemangat dalam menjalani harinya. Selain itu, pengalaman unik dengan aroma pada tisu juga meningkatkan rasa keingintahuan serta menjadi solusi bagi para pengguna yang suka meletakkan minyak angin dalam tisu maupun maskernya.