

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Pantja Artha Niaga adalah distributor dan importir *wine* terbesar di Indonesia. Mereka menyediakan berbagai jenis *wine*, soju, bir, sake, minuman beralkohol, dan minuman non-alkohol premium. PAN didirikan pada tahun 2008 di bawah kepemimpinan Subandi Tanuwidjaja. Berdirinya PAN menunjukkan pengaruh semangat yang kuat dan pandangan jauh ke depan yang matang. Awalnya didorong oleh ketertarikan terhadap barang-barang internasional berkualitas tinggi, usaha kecil kami telah berkembang menjadi importir dan distributor terkemuka minuman beralkohol dan non-alkohol di Indonesia.

Walaupun para pendiri perusahaan pada saat itu memiliki keahlian terbatas dalam industri F&B, mereka memulai usaha mereka dengan tujuan yang jelas, yaitu membuat produk-produk yang banyak dicari ini tersedia di pasar Indonesia. Pengakuan yang melekat pada mereka atas keunggulan dan keterampilan dalam membangun merek menjadi dasar pencapaian mereka. Hal ini menunjukkan upaya dan ketekunan para pendiri perusahaan untuk memahami kebutuhan pasar dan kemampuan mereka untuk mengatasi tantangan dalam industri yang awalnya asing bagi mereka, menghasilkan kesuksesan yang mengesankan.



Gambar 2. 1 Company's Distribution Channels
Sumber: Pantja Artha Niaga, 2024

PAN mencapai tonggak penting dalam waktu satu tahun berdirinya dengan berhasil membawa bir Erdinger ke pasar Indonesia. Pencapaian awal mereka memberikan momentum bagi ekspansi mereka, yang mengarah pada kehadiran mereka secara nasional. Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.1, PAN memiliki jaringan distribusi yang kuat dan luas yang mencakup wilayah perkotaan besar seperti Bandung, Medan, Batam, Jakarta, Semarang, Bali, Surabaya, Balikpapan, Makassar, dan Manado. Jaringan ini meluas melalui sub-distributor yang berlokasi strategis di Palembang, Lampung, Sorong, dan Papua.

Keberhasilan PAN bergantung pada jaringan perusahaan impor dan distribusi yang sangat efisien. Mereka mengelola banyak entitas impor, yang meliputi:

1. PT Pantja Artha Niaga Importir
2. PT Pelita Makmur Perkasa Importir
3. PT Sumber Anggur Sejahtera Importir
4. PT Nano Logistic Importir

Para importir ini membeli berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pasar Indonesia yang terus berubah.

Namun, jaringan distribusi PAN di Jakarta dipelopori oleh:

1. PT Panen Artha Nusa
2. PT Kerta Anggur Sejahtera
3. PT Pantja Artha Niaga Jakarta
4. PT Pelita Mulia Perkasa Importir
5. PT Indobev Multikriya Selaras
6. PT Puri Artha Nusa
7. PT Padu Aksa Niaga
8. PT Cahya Kreasi Partindo

Begitu pula di Bali, distribusinya dikelola oleh:

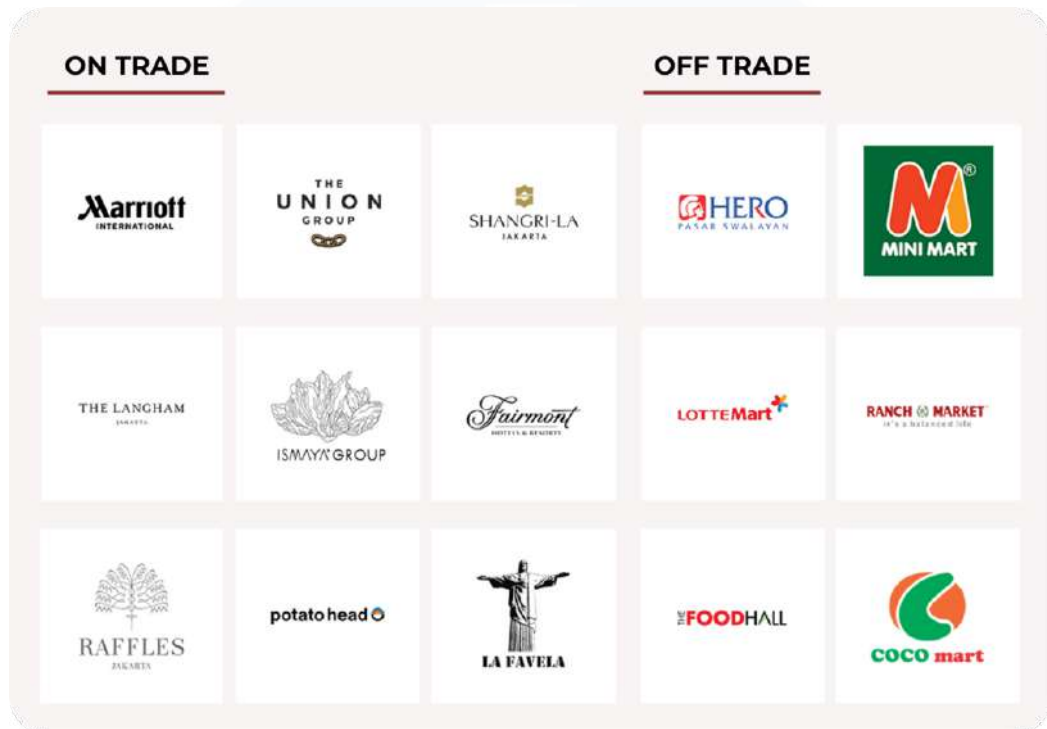
1. PT Pelita Maju Perkasa
2. PT Indobev Mentari Sejahtera
3. PT Pratama Agung Niaga
4. PT Karya Anggur Sejahtera
5. PT Puri Abadi Niaga
6. PT Nano Dewata Sukses

Pengaruh PAN melampaui bidang distribusi, mencakup aktivitas yang lebih luas. Grup PAN sengaja memperluas usahanya dengan mendirikan perusahaan asosiasi. Perusahaan berikut adalah bagian dari grup PAN:

1. PT Putra Surya Internusa
2. PT Wonderful Mulia Jaya
3. PT Wonderful Indah Jaya

Perusahaan-perusahaan ini meningkatkan beragam koleksi investasi PAN dan memperkuat posisi mereka di pasar. Dedikasi PAN terhadap keunggulan mencakup upaya ritelnya. Toko Merah Putih adalah jaringan ritel terkemuka yang secara khusus melayani individu yang menyukai anggur dan minuman beralkohol. Selain itu, Red and White Moments, sebuah perusahaan yang mengkhususkan diri

pada layanan pramutamu bisnis dan katering, menawarkan pilihan khusus untuk klien yang canggih.



Gambar 2. 2 Company's Clients
Sumber: Pantja Artha Niaga, 2024

PAN telah membangun reputasi yang kuat dalam hal keandalan dan pelayanan yang baik, serta memperoleh sejumlah klien terkemuka. Seperti terlihat pada Gambar 2.2, klien PAN mencakup sektor perdagangan *on-trade* dan *off-trade*. Lebih lanjut, secara rinci, klien-klien besar di sektor ritel dan perhotelan antara lain:

1. **Hotel:** Marriott International, Shangri-La, Pullman, Raffles, Potato Head, The Langham Jakarta, Fairmont Hotels and Resorts
2. **Restaurants dan Bar:** La Favela, The Shady Pig, Hacienda, Ismaya Group, The Union Group, The Lawn Canggu, Savaya Bali
3. **Gerai Ritel:** Coco Mart, Farmer's Market, GrandLucky Superstore, Hero, MiniMart, Pepito, Ranch Market, The Food Hall, LotteMart, Wine House, and Winline.



Gambar 2. 3 Company's Brands
 Sumber: Pantja Artha Niaga, 2024

PAN menyediakan beragam produk minuman yang memenuhi beragam preferensi konsumen. Gambar 2.3 menggambarkan beberapa merek PAN yang paling terkenal, termasuk Diageo, Smirnoff, Redbull, Bailey's Captain Morgan, dan lainnya. Produk-produk ini dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain:

1. Wines (New World, Old World, Champagne, Sparkling)
2. Spirits (Gin, Rum, Whiskey, Vodka, Liqueur, Tequila & Mezcal, Baijiu, Shochu, Soju, Pisco, Sake)
3. Beer, Cider & RTDs
4. *Non-Alcoholic Beverages*
5. *Niche FMCG Products*

Portofolio penawaran PAN yang terdiversifikasi bertujuan untuk beradaptasi dengan perubahan minat konsumen Indonesia, memastikan pilihan produk yang komprehensif dan sesuai dengan berbagai selera dan kebutuhan.



Gambar 2. 4 Red and White Shops
Sumber: Red and White, 2024



Gambar 2. 5 Red and White Moments Banner
Sumber: Weddingku, 2024

Selain mengimpor dan mendistribusikan merek, PAN secara aktif berpartisipasi dalam pengembangan pasar produk khusus, sehingga menghasilkan permintaan di wilayah yang sampai sekarang belum dimanfaatkan. Seperti terlihat pada Gambar 2.4, PAN menggunakan fasilitas ritel unik mereka, Red and White Shops, sebagai platform untuk memasarkan produk khusus ini kepada pelanggan. PAN juga menyediakan Red and White Moments, yaitu layanan katering spesialis untuk acara seperti pernikahan, seperti diilustrasikan pada Gambar 2.5.



Gambar 2. 6 Red and White Wine Spirits Fair 2023
Sumber: Prestige, 2024



Gambar 2. 7 Red and White Wine Spirits Fair Event Brochure
Sumber: Red and White, 2024

PAN juga menyelenggarakan Red and White Wine Spirits Fair, sebuah acara besar yang berfokus pada promosi dan pengenalan berbagai jenis *wine* dan minuman beralkohol kepada khalayak luas, seperti terlihat pada Gambar 2.7. Acara

ini biasanya berlangsung pada saat Tahun Baru Imlek, dan acara terbarunya telah terlaksanakan pada tanggal 30 Januari hingga 4 Februari 2024, sebagaimana tercantum dalam brosur acara pada Gambar 2.7.

2.1.1 Visi Misi

Visi dan misi suatu perusahaan sangat penting untuk memberikan arah dan tujuan yang jelas bagi semua anggota organisasi dan menentukan posisi perusahaan di pasar. Visi dan misi mencerminkan aspirasi dan komitmen perusahaan terhadap pemangku kepentingan internal dan eksternal. Berikut adalah Visi dan Misi dari perusahaan PT Pantja Artha Niaga:

1. Visi

PT Pantja Artha Niaga (PAN) memiliki visi untuk "Menjadi perusahaan terdepan dalam industri distribusi minuman di Indonesia". Visi ini didasarkan pada pemahaman akan perlunya mempertahankan posisi terdepan dalam bisnis distribusi minuman di Indonesia. Sebagai distributor terkemuka, PAN berupaya menjadi pilihan pertama bagi konsumen yang mencari produk berkualitas tinggi dan beragam. Dengan strategi tersebut, PAN menggarisbawahi komitmennya untuk berinovasi, mengembangkan, dan memimpin sektor distribusi minumannitif bagi industri minuman Indonesia. Lebih lanjut, visi tersebut menunjukkan dedikasi PAN dalam memberikan pelayanan prima kepada pelanggan, mengembangkan kemitraan yang kuat dengan mitra usaha, serta memastikan kepatuhan dan tanggung jawab sosial. Dengan strategi tersebut, PAN menggarisbawahi komitmennya untuk berinovasi, mengembangkan, dan memimpin sektor distribusi minuman di Indonesia.

2. Misi

PAN mempunyai tiga misi inti, yang semuanya didasarkan pada keyakinan fundamental perusahaan. Misi-misi tersebut adalah:

1) **Memberikan Layanan Terbaik kepada Pelanggan dengan Menyediakan Produk Berkualitas Tinggi dan Harga yang Kompetitif**

Misi ini mencerminkan komitmen PAN untuk memberikan pelayanan yang luar biasa dengan menawarkan produk berkualitas tinggi dengan biaya yang kompetitif. Hal ini didorong oleh prinsip-prinsip inti perusahaan yaitu *passion*, *service excellence*, dan *reliability*.

2) **Membangun Hubungan yang Kuat dengan Mitra Bisnis**

Penting bagi kita untuk membentuk hubungan yang kuat dengan teman bisnis kita. PAN percaya dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan berdasarkan kepercayaan, rasa hormat, dan kolaborasi. Misi ini diperkuat oleh prinsip-prinsip perusahaan yaitu *reliability*, *loyalty*, dan *market leader*.

3) **Berkomitmen terhadap Kepatuhan dan Tanggung Jawab Sosial**

Mempertahankan kepatuhan dan tanggung jawab sosial sangat penting bagi karakter perusahaan kita. Perusahaan teguh dalam menjunjung tinggi standar etika dan memberikan kontribusi konstruktif kepada masyarakat. Misi ini selaras dengan *reliability*, *loyalty*, dan *market leader*.



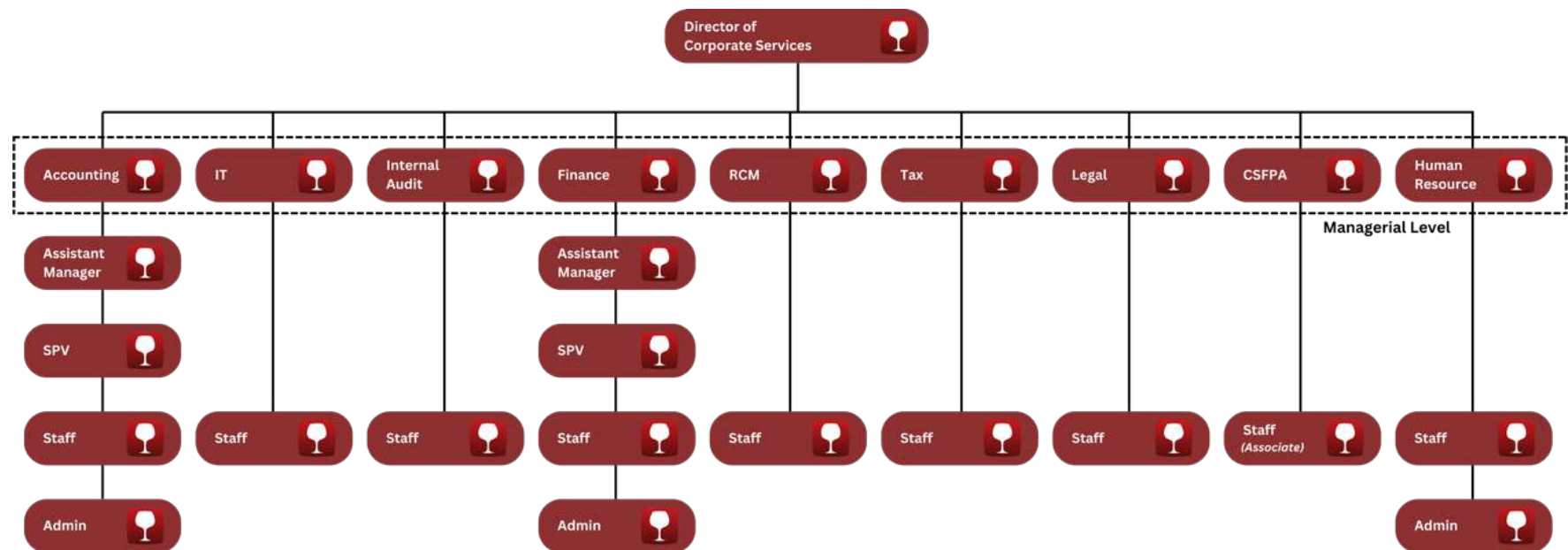
Gambar 2. 8 Company's Core Values
Sumber: Pantja Artha Niaga, 2024

Misi-misi tersebut tidak dapat dipisahkan dari lima nilai inti PAN, seperti terlihat pada Gambar 2.8:

1. **Passion:** Keinginan perusahaan untuk sukses melampaui batas-batas tradisional, mendorong perusahaan untuk mendukung kemajuan industri dan secara aktif membentuk lingkungan F&B.
2. **Service Excellence:** Perusahaan mengupayakan kualitas dalam pemberian layanan, memanfaatkan pengetahuan staf perusahaan yang berdedikasi untuk menetapkan standar industri dan memasarkan portofolio merek perusahaan secara efektif.
3. **Reliability:** Landasan operasi perusahaan adalah memastikan ketersediaan stok yang konsisten melalui perencanaan yang matang dan jaringan distribusi yang kuat, sehingga menumbuhkan kepercayaan di antara mitra perusahaan.
4. **Loyalty:** Perusahaan menghargai pembangunan hubungan jangka panjang dengan merek yang perusahaan wakili, menunjukkan dedikasi yang gigih terhadap kesuksesan mereka dan mempertahankan posisi pasar mereka.
5. **Market Leader:** Dengan aspirasi untuk menjadi pemimpin pasar, perusahaan melakukan riset pasar yang ekstensif untuk memposisikan merek perusahaan secara strategis dan mengembangkan strategi pemasaran yang signifikan, sehingga memperkuat posisi perusahaan sebagai pemimpin pasar di Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah bagan struktur organisasi PT Pantja Artha Niaga *Corporate Services*:



Gambar 2. 9 *Corporate Services Organizational Structure*
Sumber: Pantja Artha Niaga, 2024

Seperti ditunjukkan pada Gambar 2.9, setiap divisi memiliki uraian tugas dan tingkat organisasi masing-masing, yang semuanya memenuhi tanggung jawab bagi perusahaan. Berikut uraian tanggung jawab masing-masing divisi di PT Pantja Artha Niaga Corporate Services:

1. Divisi *Accounting*

Divisi *Accounting* mengawasi kesehatan dan kepatuhan keuangan perusahaan. Divisi yang dipimpin oleh *Head of Accounting* ini bertanggung jawab atas berbagai aktivitas yang mencakup pelaporan keuangan, penganggaran, dan analisis, serta pemrosesan penggajian dan kepatuhan pajak. *Assistant Manager* membantu *Head of Accounting* dalam mengawasi operasi sehari-hari dan mengembangkan rencana strategis. Divisi ini dipimpin oleh seorang *Supervisor*, yang mengawasi tim *Accounting Staff* yang bertugas menyimpan catatan keuangan yang benar, merekonsiliasi akun, dan menyiapkan laporan keuangan. Seorang admin juga membantu divisi dengan kegiatan administratif, seperti pengelolaan dokumen dan pekerjaan administrasi.

2. Divisi *Information Technology (IT)*

Divisi IT mengelola infrastruktur teknologi perusahaan dan memastikan kelancaran pengoperasian sistem informasinya. Divisi ini dipimpin oleh *Head of IT* dan bertanggung jawab atas berbagai aktivitas, termasuk pemeliharaan jaringan, keamanan siber, pengembangan perangkat lunak, dan bantuan pengguna. Bekerja sama dengan *Head of IT*, anggota staf mengelola operasi teknologi informasi sehari-hari, mendiagnosis kesulitan teknis, dan menerapkan pembaruan sistem untuk meningkatkan efisiensi dan keamanan.

3. Divisi *Internal Audit*

Divisi *Internal Audit* mengevaluasi efektivitas pengendalian internal dan proses manajemen risiko perusahaan. Dipimpin oleh *Head of Internal Audit*, divisi ini melakukan audit independen untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan. Karyawan divisi ini melakukan audit ekstensif terhadap catatan keuangan, prosedur operasional, dan peraturan internal untuk mengurangi risiko dan melindungi aset bisnis.

4. Divisi *Finance*

Divisi *Finance* mendukung operasional bisnis dengan berkonsentrasi pada tugas-tugas keuangan administratif. Divisi ini mengawasi transaksi, pelaporan keuangan, dan arus kas di bawah arahan *Head of Finance*. *Assistant Manager* membantu koordinasi dan analisis keuangan. Karyawan yang bertanggung jawab atas tugas transaksional, hutang, dan piutang yang diawasi oleh *Supervisor*. Dukungan administratif diberikan oleh seorang admin.

5. Divisi *Research and Continuous Monitoring (RCM)*

Divisi RCM melakukan penelitian dan secara rutin memantau operasional perusahaan, perkembangan pasar, dan perilaku pelanggan. Divisi ini dipimpin oleh *Head of RCM*, yang bertugas mengumpulkan data dan wawasan untuk membantu pengambil keputusan membuat keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi, dan mengungkap kemungkinan pertumbuhan. Anggota staf di divisi ini menganalisis tren pasar, melakukan survei konsumen, dan melacak perkembangan industri untuk memberikan wawasan perencanaan strategis yang berguna.

6. Divisi *Tax*

Divisi *Tax* mengawasi kepatuhan terhadap peraturan perpajakan dan mengoptimalkan status perpajakan perusahaan. Divisi ini dipimpin oleh *Head*

of Tax dan bertanggung jawab atas perencanaan, persiapan, dan pengarsipan perpajakan. Anggota staf di divisi ini melakukan audit pajak, menjawab pertanyaan otoritas pajak, dan memberikan nasihat mengenai konsekuensi pajak dari aksi korporasi.

7. Divisi *Legal*

Divisi *Legal* memberikan nasihat hukum dan bantuan untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan. Divisi yang dipimpin oleh *Head of Legal* ini bertanggung jawab atas negosiasi kontrak, penyelesaian perselisihan, dan perlindungan kekayaan intelektual. Karyawan di divisi ini menulis dokumen hukum, melakukan penelitian hukum, dan memberikan panduan mengenai masalah tata kelola perusahaan.

8. Divisi *Corporate Strategy and Financial Planning and Analysis (CSFPA)*

Divisi *Corporate Strategy and Financial Planning and Analysis (CSFPA)* bertugas untuk menangani perencanaan strategis, analisis keuangan, dan aktivitas pengembangan perusahaan. Bagian ini, dipimpin oleh *Head of Corporate Strategy and Financial Planning and Analysis*, yang bertugas untuk menawarkan dukungan analitis untuk proses pengambilan keputusan, menilai prospek investasi, dan melakukan riset pasar. Karyawan di divisi ini menganalisis data keuangan, membuat perkiraan, dan membuat saran strategis untuk mendukung pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan.

9. Divisi *Human Resource*

Divisi *Human Resource* bertugas untuk mengelola sumber daya manusia perusahaan dan mendorong lingkungan kerja yang positif. Divisi ini dipimpin oleh *Head of Human Resource* dan bertanggung jawab atas rekrutmen, manajemen talenta, dan hubungan karyawan. Karyawan di divisi ini menjalankan aktivitas SDM seperti pemrosesan penggajian, administrasi

tunjangan, dan manajemen kinerja. Selain itu, divisi ini bertugas melaksanakan program pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan keterampilan dan kapasitas karyawan.

