

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo & Produk Perusahaan

Sumber: Data Perusahaan

PT Gumindo Bogamanis merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) yang didirikan oleh Adriadi Ang dan Nancy Kho pada tahun 1995 dan mulai beroperasi secara penuh pada tahun 2004 sampai saat ini. PT Gumindo Bogamanis juga merupakan salah satu perusahaan yang memiliki fokus memproduksi sebuah produk *snack* atau makanan

ringan berupa kuaci yang terbuat dari biji bunga matahari dengan nama merek RE-BO yang di produksi dengan beberapa varian rasa mulai dari *original, milk, green tea, salted caramel, dan coconut*.

Produk Kuaci Rebo ini juga telah dinyatakan secara resmi sebagai salah satu produk dengan merek terkuat dan telah berhasil menjadi *market leader* dalam kategori *snack* kuaci atau biji bunga matahari (Gumindo, 2020). Tak hanya itu, bahkan pada saat ini produk Kuaci REBO tersebut telah dipasarkan secara luas di seluruh Indonesia baik di pasar modern maupun tradisional. Produk Kuaci REBO ini dapat kita temukan dengan mudah seperti di supermarket maupun di warung kecil yang tersebar di seluruh Indonesia, bahkan dengan adanya kemajuan teknologi saat ini membuat konsumen dapat lebih mudah dalam menjangkau produk tersebut. Dimana mereka dapat menemukan produk Kuaci Rebo di beberapa *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia dan TikTok Shop.

2.1.1 Visi Misi Value

VISI

Visi PT Gumindo Bogamanis adalah dapat menjadi 10 besar perusahaan industri dan distribusi produk makanan dan minuman ringan yang sehat dan berkualitas, serta melakukan diversifikasi bisnis dalam jangka panjang di Indonesia yang berorientasi pada budaya pelestarian lingkungan hayati.

MISI

Sedangkan Misi perusahaan PT Gumindo Bogamanis ialah sebagai berikut:

1. Dapat membangun kemitraan bisnis yang saling menguntungkan dengan pelanggan dan pemasok.
2. Mewujudkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan cepat, tepat, dan prima sesuai kebutuhan pelanggan.
3. Melakukan perbaikan berkesinambungan dalam setiap proses bisnis yang lebih efektif, efisien, produktif dan inovatif serta berkontribusi positif bagi perusahaan.

4. Melatih dan mengembangkan karyawan berdasarkan pada keunggulan perilaku kerja, keterampilan dan pengetahuan.
5. Mewujudkan peran nyata dalam aktivitas tanggung jawab sosial yang berorientasi pada budaya cinta lingkungan hijau.

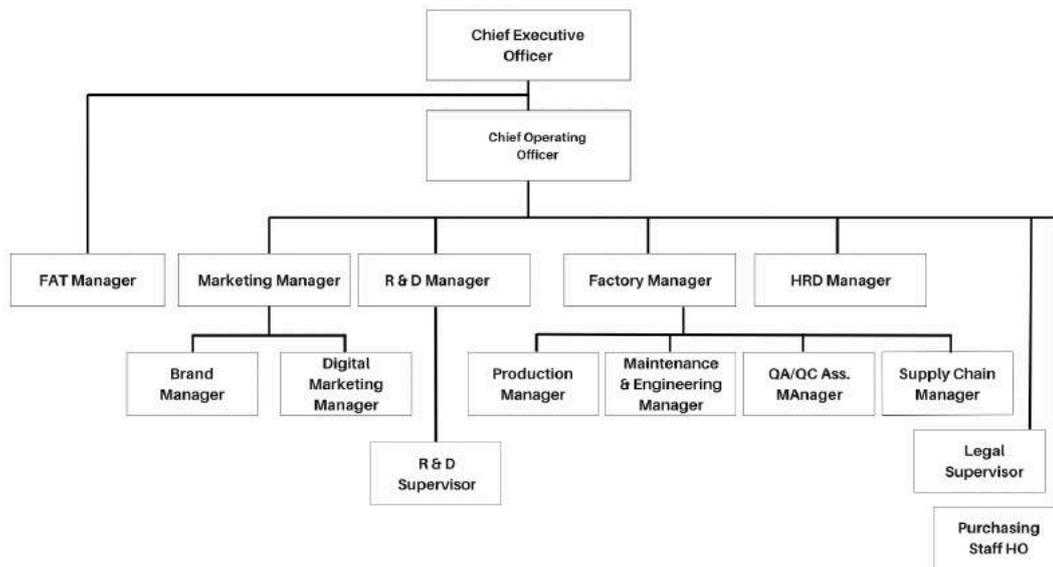
VALUE

Untuk dapat mencapai tujuan dan visi misi dari perusahaan, PT Gumindo Bogamanis juga tentunya memiliki nilai perusahaan atau *corporate value* yang harus di terapkan dan di jalankan oleh seluruh karyawan dan manajemen perusahaan. Berikut Value atau Nilai Perusahaan PT Gumindo Bogamanis:

- *Result*
Menetapkan standar yang tinggi untuk diri sendiri dan orang lain. Mengambil tanggung jawab serta dapat mendedikasikan waktu dan tenaga untuk memastikan penyelesaian tugas secara sempurna berdasarkan data.
- *Innovation*
Menghasilkan pemecahan masalah yang inovatif dalam situasi kerja, mencoba cara yang berbeda dan *original* untuk mengatasi permasalahan.
- *Good Impact*
Memiliki inisiatif yang tinggi untuk mengembangkan potensi diri, memiliki komitmen yang tinggi dan etika bisnis dalam bekerja serta bertanggung jawab.
- *Honesty*
Menjaga kepercayaan dengan secara konsisten bertindak sesuai dengan apa yang dijanjikan, membangun kepercayaan pihak lain terhadap niat baik kita, baik secara pribadi maupun secara organisasi.
- *Team Work*
Mengenali kesempatan dan bertindak untuk membangun relasi jangka panjang

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Gumindo Bogamanis memiliki struktur organisasi perusahaan sebagai berikut:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Gumindo Bogamanis

Sumber: Juli Yanti (2024)

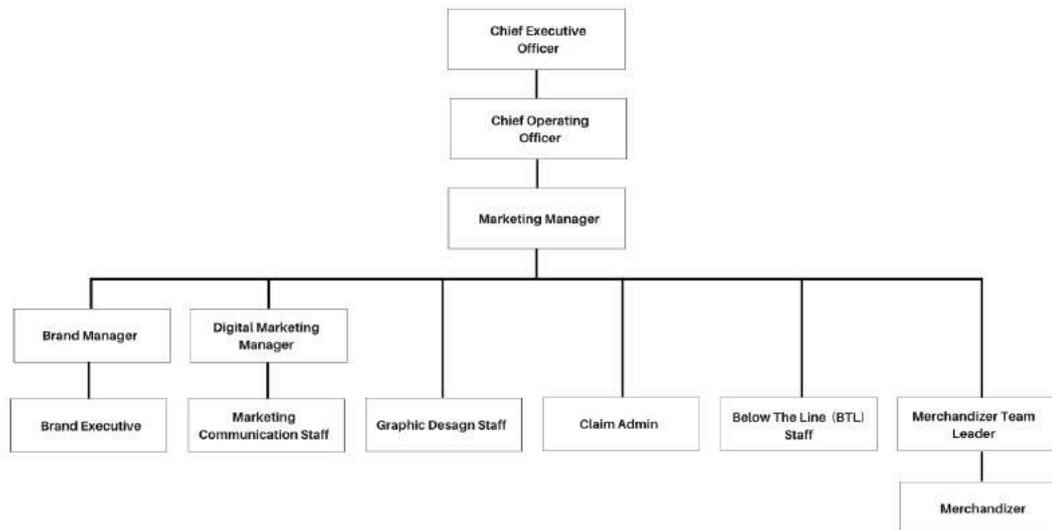
Berdasarkan struktur organisasi perusahaan, PT Gumindo Bogamanis memiliki kegiatan operasional yang terdiri dari 7 departemen yang di dalamnya dipimpin oleh seorang *manager* atau *supervisor*. *Finance and Tax Manager* dipimpin oleh Ibu Rifka, *Marketing Manager* dipimpin oleh Bapak Andrew Octavianus, *Research and Development Supervisor* yang dipimpin oleh Ibu Adel, *Factory Manager* yang dipimpin oleh Ibu Maya Saroh, *Human Resource Development* yang dipimpin oleh bapak Luis Handoko Tjahyadi, *Legal Supervisor* yang dipimpin oleh bapak Steven Nicolas P, serta *Purchasing Staff Head Office* yang dipimpin oleh Ibu Yuri. Keseluruhan departemen ini (Kecuali *Finance and Tax*) melaporkan seluruh kegiatannya secara langsung kepada *Chief Operating Officer*.

NO	POSISI	TUGAS / JOB DESCRIPTION
1.	<i>Chief Operational Officer</i> (Agnes Yunita)	Memiliki tanggung jawab penuh terhadap proses operasional internal perusahaan, serta menjadi pihak yang menghubungkan karyawan dengan direktur perusahaan.

2.	<i>Marketing Manager</i> (Andrew Octavianus)	Memiliki tanggung jawab penuh terhadap seluruh proses pemasaran yang terdapat di perusahaan.
3.	<i>Factory Manager</i> (Maya Saroh)	Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan operasional di pabrik.
4.	<i>Human Resource Development</i> (Luis Handoko Tjahyadi)	Memiliki tanggung jawab penuh dalam proses <i>recruitment</i> dan kebutuhan Sumber Daya Manusia di perusahaan. Serta memiliki tanggung jawab atas seluruh perkembangan kemampuan karyawan.
5.	<i>Legal Supervisor</i> (Steven Nicolas)	Memiliki peran dan tanggung jawab penuh atas seluruh aspek hukum perusahaan.
6.	<i>Purchasing Staff Head Office</i> (Yuri)	Memiliki tanggung jawab penuh atas seluruh aktivitas pembelian keperluan perusahaan.
7.	<i>Finance and Tax Manager</i> (Rifka)	Bertanggung jawab penuh atas seluruh kegiatan administrasi dan finansial perusahaan.
8.	<i>Research and Development Supervisor</i> (Adel)	Memiliki tanggung jawab penuh terhadap pengembangan dan proses penelitian produk yang diproduksi oleh perusahaan.
9.	<i>Maintenance & Eengineering Manager</i>	Bertanggung jawab secara penuh atas mekanisme alat dan mesin yang terdapat di perusahaan.
10.	<i>QA/QC Ass. Manager</i>	Memiliki tanggung jawab secara penuh untuk memastikan kualitas produk tetap terjaga dan sesuai dengan standar perusahaan.
11.	<i>Supply Chain Manager</i>	Memiliki tanggung jawab penuh atas seluruh aktivitas <i>warehouse production planning</i> perusahaan.
12.	<i>Digital Marketing Manager</i>	Memiliki tanggung jawab penuh atas seluruh aktivitas pemasaran melalui platform alat digital.

Gambar 2.2 Profesi dan Job Description

Sumber: Juli Yanti (2024)



Gambar 2.2.1 Struktur Organisasi Departemen Marketing (2024)

Sumber: Juli Yanti (2024)

Struktur diatas merupakan struktur organisasi departemen *marketing*, dimana departemen tersebut bertanggung jawab secara penuh atas seluruh kegiatan pemasaran di perusahaan PT Gumindo Bogamanis. Departemen *Marketing* PT Gumindo Bogamanis dipimpin secara langsung oleh Bapak Andrew Octavianus selaku *Marketing Manager* dan memiliki *staff* yang terdiri dari *Brand Exsecutive*, *Grafic Design Staff*, *Claim Admin* dan *Merchandise Team Leader* termasuk penulis.

a. Brand Manager

Memiliki peran dan tanggung jawab untuk memastikan pembuatan dan pengimplementasian strategi *marketing plan* agar penjualan produk selalu meningkat, memantau pelaksanaan *marketing campaign & daily content* oleh tim *Digital Marketing* agar sesuai dengan *guideline* yang diberikan oleh tim *brand*. Memastikan pembuatan dan pengontrolan penggunaan *budget* promosi.

b. Brand Executive

Bersama dengan *Brand Manager* memiliki tanggung jawab yang sama untuk memastikan agar pengimplementasian strategi *marketing plan* agar penjualan produk meningkat sesuai target, *Brand Excecutive* juga memiliki peran untuk

memantau pelaksanaan *marketing campaign & daily content*. Serta memiliki peran untuk memastikan pengembangan penetrasi yang dilakukan bersama dengan tim BTL (*Below The Line*) & Sales melalui kegiatan *event* dengan membuat program yang dapat meningkatkan *awareness brand* dan penjualan produk.

c. *Graphic Design Staff*

Memiliki tanggung jawab dan peran untuk memastikan untuk memberikan ide dan strategi visual berdasarkan *brief* dari *user*: membuat desain materi konten *support* untuk *Above The Line* (ATL) dan *Below The Line* (BTL) dan kebutuhan desain lainnya agar strategi *marketing plan*, iklan dan promosi tervisualisasi dengan maksimal dan dapat menarik perhatian *audience*. Memastikan untuk mengedit dan membuat konten *still image* maupun *moving* seperti video *stillomatic*, *infografis* dan video format agar informasi seputar produk dapat tervisualisasi dan mudah di pahami.

d. *Claim Admin*

Memiliki tanggung jawab untuk melakukan pengecekan klaim tagihan dengan ketentuan program *marketing* (administrasi proses klaim, data klaim sesuai dengan ketentuan perusahaan), memastikan untuk melakukan *follow up* kekurangan faktur pajak, serta menyerahkan faktur pajak kepada *tax staff* agar faktur pajak dapat dikreditkan sebuah surat *General Trade* (GT) dan *modern Trade* (MT) yang telah sesuai dengan Rencana Program Promosi (RPP) sebelumnya yang sudah selesai di buat oleh *brand executive*.

e. *Merchandizer Team Leader*

Memiliki tanggung jawab dan peran secara penuh untuk melakukan pengecekan secara berkala di toko-toko atau mitra Kuaci Rebo, melakukan pengecekan *stock* produk di gudang, *expired date*, serta melakukan *regular* atau *floor display* produk, dan menjaga hubungan dengan para mitra B2B. *Merchandizer Team Leader* juga berperan untuk mengadakan *Purchase Order* (PO) agar produk yang dijual selalu tersedia di setiap toko. Serta memastikan adanya pemberian masukan terhadap aktivitas *brand* yang mungkin dapat diimplementasikan di toko yang bekerja sama agar program-program yang

dilaksanakan dapat terus di pantau, di evaluasi dan ditingkatkan (melalui aspek penjualan, aspek *display*, dsb).

f. *Digital Marketing Manager*

Bertanggung jawab untuk memastikan pengimplementasian *key message & guideline brand* melalui *daily content* agar setiap pesan dari produk tersampaikan dengan baik. Memastikan agar performa *social media* melalui *Engagement Rate (ER)* dan kaitannya dengan *followers social media* agar produk yang dipasarkan melalui *social media* semakin menarik dan diminati oleh banyak orang. Serta memastikan dan mengontrol jalannya seluruh program *digital marketing* agar berjalan sesuai dengan standar *brand & digital platform* agar setiap program mencapai tujuan yang telah di tentukan

g. *Marketing Communication Staff*

Memiliki tanggung jawab untuk berkoordinasi dengan *digital marketing manager*, memastikan pembangunan *editorial plan* agar setiap konten yang akan disajikan mengandung pesan yang ingin disampaikan oleh *brand*. Memastikan untuk membuat materi *digital* berdasarkan *editorial plan*, menjadi *talent*, serta melakukan analisis perkembangan tren dan memastikan agar konten tersebut dapat terlaksanakan sesuai jadwal yang diterapkan, *marketing communication staff* juga akan berkoordinasi secara langsung dengan tim *graphic design* untuk mendiskusikan mengenai visualisasi konten.

h. *Below The line*

Bertanggung jawab untuk memastikan implementasi *marketing plan* dalam lingkup *Below The Line (BTL)* agar penjualan dapat semakin dikenal dan penjualan dapat semakin meningkat. Berkoordinasi dengan tim *digital marketing & brand*, dengan tujuan memastikan agar dapat mengekspose aktivitas BTL di media digital dan meningkatkan *engagement rate* di media digital. Memastikan persiapan *event* seperti *brief event, point of sales materials (POSM)* dan produk penjualan dengan berkoordinasi dengan tim *brand* dan area.

2.3 Bisnis Model Canvas Perusahaan

<p>KEY PARTNERS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distributor & pengecer (grosir) • Modern Market (Alfamart, Indomaret, Superindo, Ranchmarket, dsb) • General Market • Creative agency & Media partner • Lembaga pemerintah 	<p>KEY ACTIVITIES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memproduksi produk cemilan berupa biji bunga matahari yaitu Kuaci • Selling product (menjual produk secara offline & online) 	<p>VALUE PROPOSITIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Telah di percaya & telah berhasil menjadi Market Leader dalam kategori cemilan sehat berupa biji bunga matahari / kuaci • Menyediakan produk cemilan yang berkualitas tinggi • Menyediakan produk yang sehat dan mengandung vitamin • Memiliki beragam varian rasa snack yang enak 	<p>CUSTOMER RELATIONSHIP</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan diskon & merchandise • Melakukan promosi menggunakan iklan TVC • Meningkatkan social media engagement 	<p>CUSTOMER SEGMENTATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unisex (21-35 tahun) • orang-orang yang ingin hidup sehat • orang-orang yang memiliki pola hidup sehat • orang-orang yang tinggal di daerah urban dan rural
<p>COST STRUCTURE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biaya Produksi • Biaya Karyawan • Biaya Distribusi & Logistik 		<p>KEY RESOURCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • SDM • Gudang • Studio • Pabrik • Laboratorium 	<p>REVENUE STREAMS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hasil dari Penjualan Produk 	

Gambar 2.3 Model Bisnis Canvas Perusahaan

Sumber: Juli Yanti (2024)

Menurut Osterwalder (2012), Model Bisnis Canvas atau yang biasanya disebut dengan *Business Model Canvas* (BMC) merupakan suatu alat atau strategi yang dapat membantu perusahaan untuk melihat lebih detail dan akurat model bisnis yang sedang mereka jalani hanya dengan 9 kategori bidang yang terdapat dalam satu lembar canvas, dimana 9 kategori bidang tersebut telah mencakup seluruh hasil analisis strategi perusahaan baik itu secara internal maupun eksternal. Pada gambar diatas kita dapat melihat gambaran umum model canva bisnis PT Gumindo Bogamanis. Dimana model tersebut terdiri dari 9 kategori bidang diantaranya yaitu, *key partners*, *key activities*, *value proposition*, *key resource*, *customer relationship*, *customer segmentation*, *cost structure* dan *revenue streams*. *Key partners* PT Gumindo Bogamanis terdiri dari distributor, pengecer, *modern & general market*, *creative agency*, media partner, dan lembaga pemerintah. *Key activities* yang dilakukan perusahaan PT Gumindo Bogamanis ialah memproduksi produk cemilan berupa biji bunga matahari yaitu kuaci serta melakukan penjualan produk baik secara *offline* maupun *online*. *Key Resource* PT Gumindo Bogamanis terdiri dari Sumber Daya Manusia (SDM), gudang dan studio. Ketiga *value proposition* PT Gumindo

Bogamanis yaitu telah dipercaya dan telah berhasil menjadi *market leader* dalam kategori cemilan sehat biji bunga matahari atau kuaci, menyediakan produk cemilan dengan kualitas yang tinggi, memiliki cemilan yang sehat dan mengandung sumber vitamin serta memiliki banyak varian rasa yang enak. Keempat *customer relationship* yaitu dengan memberikan diskon, *merchandise* atau memberikan penawaran menarik kepada konsumen, melakukan promosi menggunakan iklan media TVC, serta meningkatkan *engagement* positif melalui media sosial Kuaci Rebo. Channel yang digunakan terdiri dari *website*, radio, TVC, serta platform media sosial TikTok, Instagram, Facebook, dan YouTube. Perusahaan ini juga memiliki *customer segmentation* yang berjenis kelamin *unisex* dengan usia 21 – 35 tahun, dan menargetkan pasarnya kepada orang-orang yang ingin dan memiliki pola hidup sehat, serta masyarakat yang tinggal di daerah urban dan *rural*. Berikutnya *cost structure*, perusahaan ini secara umum memiliki pengeluaran untuk biaya produksi, karyawan, distribusi & logistik, operasional, biaya pemasaran, dan RnD. Terakhir yaitu *revenue streams*, perusahaan ini mendapatkan penghasilan atau profit dari penjualan produk mereka yaitu produk Kuaci Rebo.

