

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 Tentang PT Sinarmas Cakrawala Persada



Gambar 2. 1 Logo Sinarmas Cakrawala Persada

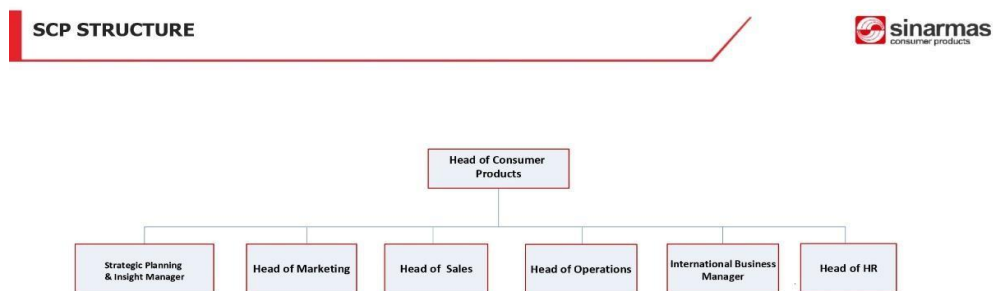
Menurut profil perusahaan yang tercantum di situs resmi Sinar Mas Agribusiness and Food (2024), Sinar Mas adalah salah satu perusahaan terbesar dan paling berpengaruh di Indonesia, yang memberikan kontribusi signifikan terhadap sektor ekonomi dan pertumbuhan ekonomi nasional. Didirikan oleh Eka Tjipta Widjaja, perusahaan ini memulai operasinya sebagai usaha perdagangan kecil pada tahun 1938 dan kini telah berkembang menjadi entitas dengan jangkauan global. Sinar Mas memiliki berbagai sektor bisnis, termasuk agribisnis, yang menjadikannya produsen kelapa sawit terbesar di Indonesia, serta pulp dan kertas melalui Asia Pulp & Paper (APP), salah satu produsen kertas terkemuka. Di sektor properti, Sinar Mas Land dikenal melalui berbagai pengembangan proyek perumahan, komersial, dan industri. Sementara itu, di bidang keuangan, Sinar Mas Multiartha menyediakan layanan di sektor asuransi, perbankan, dan manajemen aset. Perusahaan ini juga aktif dalam industri telekomunikasi dan teknologi.

PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk merupakan salah satu pilar bisnis Sinar Mas yang bergerak di industri kelapa sawit. Perusahaan ini mengelola pembibitan, penanaman, hingga distribusi produk minyak kelapa sawit. Produk-produk seperti minyak sawit mentah, olein, dan stearin yang dihasilkan menjadi bahan baku siap konsumsi seperti minyak goreng dan margarin dengan merek Filma.

PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk juga mempunyai produk non kelapa sawit yang dikelola oleh anak perusahaannya yaitu PT Sinarmas Cakrawala Persada atau dapat disebut dengan Sinar Mas *Consumer Products* seperti air mineral Pristine8.6+, minuman berkarbonasi Groovy Zoda dan Root Brew. Kerjasama antara PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk dan PT Sinarmas Cakrawala Persada ini memungkinkan perusahaan untuk menyediakan produk berkualitas dengan harga terjangkau bagi konsumen. PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk juga menjalankan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang fokus pada pemberdayaan komunitas lokal, pelatihan keterampilan, peningkatan kualitas pendidikan, serta penerapan praktik keberlanjutan lingkungan, termasuk pengelolaan hutan secara berkelanjutan dan upaya pengurangan emisi karbon.

2.2 Struktur Organisasi PT Sinarmas Cakrawala Persada

Sinar Mas merupakan perusahaan yang telah beroperasi selama 86 tahun, sejak didirikan pada tahun 1938. Salah satu divisi non-pilarnya, PT Sinarmas Cakrawala Persada, berfokus pada sektor barang konsumen dengan struktur organisasi yang sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan SCP

A. *Head of Consumer Products*

Bertanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola *brand image*, termasuk memastikan produk seperti Pristine 8.6+ dan Groovy memenuhi kebutuhan pasar dan konsumen.

B. *Strategic Planning & Insight Manager*

Mengembangkan strategi bisnis dan memberikan wawasan melalui riset pasar untuk mendukung pengambilan keputusan terkait pengembangan produk dan pemasaran minuman Pristine 8.6+ dan Groovy, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman di pasar.

C. *Head of Marketing*

Memimpin pengembangan dan pelaksanaan strategi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran merek, dan penjualan produk minuman, serta merancang kampanye iklan dan promosi untuk memperkuat posisi merek di pasar.

D. *Head of Sales*

Bertanggung jawab atas tim penjualan, menetapkan strategi penjualan, dan memastikan produk tersedia di pasar serta mencapai target penjualan yang ditetapkan, dengan fokus pada distribusi dan relasi.

E. *Head of Operations*

Mengelola proses operasional harian terkait produksi, distribusi, dan pengelolaan rantai pasokan produk minuman, memastikan produk tersedia dengan kualitas tinggi dan pengiriman yang tepat waktu.

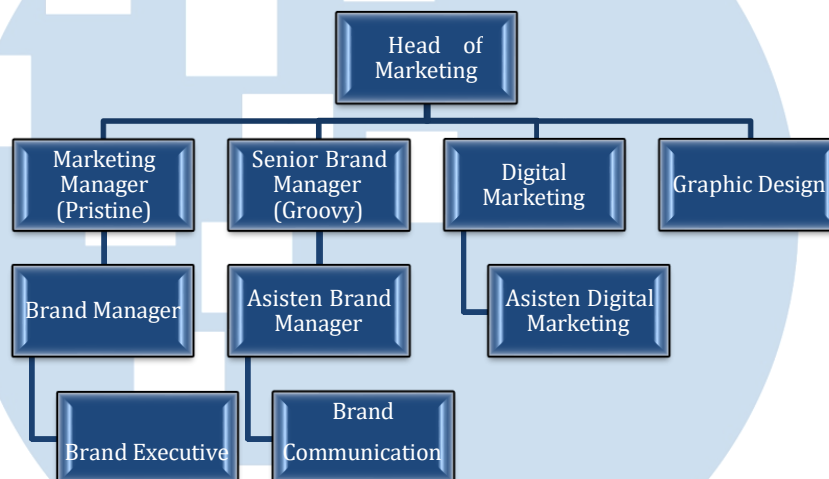
F. *International Business Manager*

Merencanakan dan mengembangkan strategi bisnis internasional, serta membangun kemitraan global untuk memperluas distribusi dan penetrasi pasar produk Pristine 8.6+ dan Groovy di pasar internasional.

G. *Head of HR*

Mengelola fungsi sumber daya manusia, termasuk rekrutmen, pelatihan, pengembangan karir, dan kebijakan SDM untuk mendukung kinerja tim di berbagai divisi perusahaan, memastikan kebutuhan SDM sesuai dengan perkembangan perusahaan.

Sebagai bagian dari sektor barang konsumen, Departemen Marketing *bekerja* sama dengan departemen lain untuk memastikan kelancaran operasional yang efisien. Untuk mencapai efisiensi tersebut, dibutuhkan pendekatan yang tepat dalam mengelola produk yang diberikan kepada pelanggan.



Gambar 2. 3 Struktur Departemen Marketing

Departemen *Marketing*, terdapat 10 anggota yang meliputi *Marketing Manager*, *Brand Manager*, dan *Brand Executive*, serta *Senior Brand Manager* yang juga dibantu oleh *Asisten Brand Manager* dan *Brand Communication Intern*. Selain itu, terdapat tim *Digital Marketing* yang dibantu oleh asisten Digital Marketing dan Graphic Designer. *Brand Communication Intern* berada langsung di bawah *supervisor Senior Brand Manager*, David Halim. Dalam proses kerjanya, keempat sektor ini memiliki tugas dan tanggung jawab yang saling berkaitan, semuanya ditujukan untuk mencapai tujuan kinerja yang optimal. Berikut masing-masing *job description* posisi pada Departemen *Marketing* dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. *Head of Marketing*

Mengawasi seluruh strategi pemasaran perusahaan, termasuk pengembangan produk, *branding*, dan komunikasi. Menyusun anggaran pemasaran tahunan, serta memastikan semua tim bekerja untuk mencapai tujuan bisnis. Bertanggung jawab untuk mencapai target penjualan dan mengelola anggaran pemasaran.

B. *Marketing Manager* Pristine8.6+

Mengelola pelaksanaan kampanye pemasaran untuk merek Pristine8.6+ dan menganalisis hasilnya serta berkontribusi pada penyusunan anggaran untuk kegiatan pemasaran.

C. *Brand Manager* Pristine8.6+

Mengembangkan strategi dan *positioning* merek Pristine, serta mengawasi pelaksanaan kampanye *brand*.

D. *Brand Executive* Pristine8.6+

Membantu *Brand Manager* dalam riset pasar dan pelaksanaan aktivitas pemasaran.

E. *Senior Brand Manager* Groovy

Memimpin pengembangan strategi untuk merek Groovy.

F. *Asisten Brand Manager* Groovy

Mendukung *Senior Brand Manager* dalam tugas administrasi dan riset untuk merek Groovy.

G. *Brand Communication Intern*

Mengidentifikasi *influencer* yang mempengaruhi persepsi merek, mengevaluasi efektivitas kampanye media sosial bersama dengan tim *Digital Marketing*, serta menganalisis tren konsumsi untuk mengembangkan strategi konten, mengkoordinasi promosi produk dan mengumpulkan umpan balik konsumen untuk meningkatkan strategi pemasaran dan penjualan yang berkoordinasi langsung dengan tim *Sales*. Tugas dan tanggung jawab *Brand Communication Intern* diawasi dan dibimbing langsung oleh *Senior Brand Manager*.

H. *Digital Marketing*

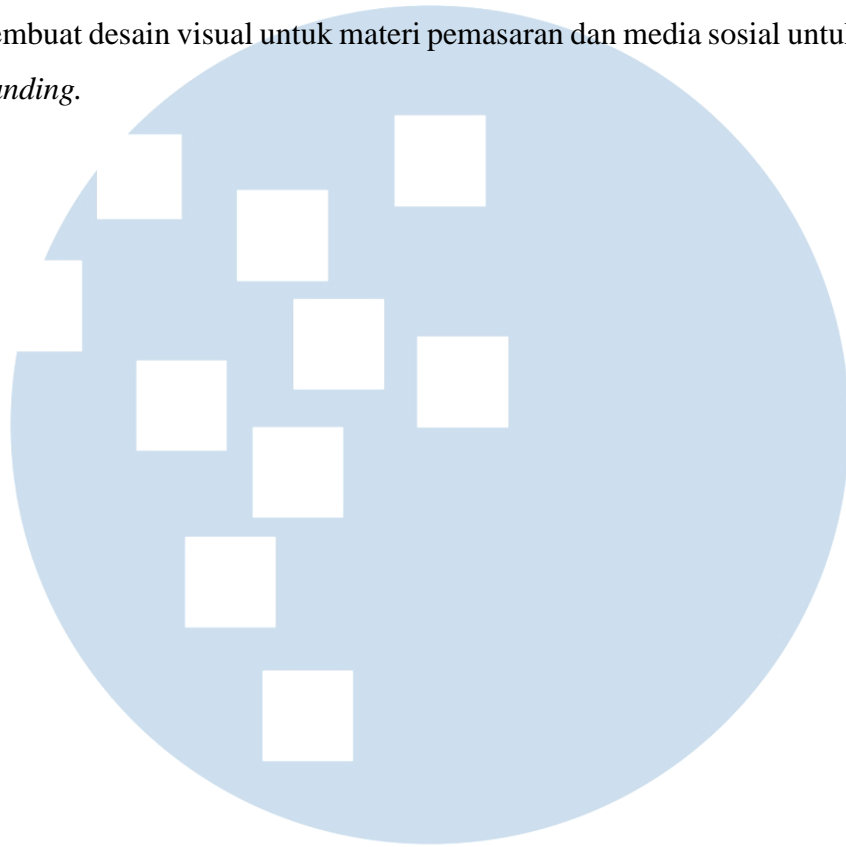
Merancang dan melaksanakan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas *online* dan pengelolaan anggaran untuk iklan *online*.

I. *Asisten Digital Marketing*

Mendukung tim *Digital Marketing* dalam kampanye digital dan analisis data untuk efektivitas kampanye.

J. Graphic Design

Membuat desain visual untuk materi pemasaran dan media sosial untuk mendukung *branding*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA