

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo PT. Gandum Mas Kencana

Sumber: [www.gandummas.co](http://www.gandummas.co)

PT Gandum Mas Kencana (GMK) didirikan pada tahun 1985 di Tangerang, Indonesia, dengan tujuan awal untuk memproduksi campuran kue yang dapat digunakan baik untuk kebutuhan rumah tangga maupun skala kecil. Perusahaan ini didirikan berdasarkan visi untuk menyediakan produk berkualitas tinggi yang dapat mempermudah proses pembuatan makanan, khususnya dalam bidang *bakery* dan *pastry*. Pada awal berdirinya, GMK berfokus pada pengembangan produk berbasis tepung dan campuran kue. Seiring berjalannya waktu, perusahaan mulai mengalihkan fokus kepada produk berbasis coklat, yang membawa GMK menuju pencapaian besar ketika mereka meluncurkan merek unggulan, Colatta. Colatta merupakan merek unggulan dari PT Gandum Mas Kencana yang telah dikenal luas sebagai pelopor produk coklat compound di Indonesia. Produk-produk Colatta banyak digunakan oleh industri *bakery*, *pastry*, dan *confectionery*, mulai dari pelaku usaha kecil menengah hingga industri makanan berskala besar. Berbagai varian yang ditawarkan meliputi *Colatta Compound (dark, milk, dan white)*, *Colatta Couverture* yang terbuat dari *cocoa butter* murni untuk kebutuhan profesional, serta coklat chips, pasta, dan *filling* yang diformulasikan agar stabil dalam proses pemanggangan. Produk Colatta juga populer di kalangan pelaku bisnis kuliner di sektor hotel, restoran, dan catering karena kemudahan penggunaannya serta konsistensi kualitasnya.

Kemudian ada Haan, merek dari GMK yang berfokus pada produk premix serbaguna yang dirancang untuk memberikan kemudahan dan hasil yang konsisten dalam pembuatan makanan. Produk-produk Haan meliputi gelatin bubuk untuk berbagai *dessert*, *whipped cream* instan yang hanya perlu ditambahkan air dingin, serta pudding dan agar-agar dengan berbagai varian rasa. Selain itu, Haan juga menawarkan *premix* kue seperti *brownies*, *pancake*, dan bolu yang sangat praktis digunakan. Merek ini menyasar pasar rumah tangga dan pelaku usaha kecil karena tidak memerlukan keahlian khusus untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Lalu ada Bendico yang merupakan lini produk GMK yang berfokus pada penyediaan bahan berbasis lemak dan mentega yang sangat dibutuhkan dalam industri *bakery* dan makanan olahan. Produk Bendico mencakup *butter substitute* dan margarin khusus *bakery* yang memiliki tekstur dan titik leleh ideal untuk produk pastry dan sponge cake, serta shortening serbaguna yang banyak digunakan dalam pembuatan *cookies* dan donat. Kualitas dan kestabilan produk Bendico menjadikannya pilihan utama bagi pelaku industri makanan menengah hingga besar yang membutuhkan bahan baku lemak berkinerja tinggi dan konsisten.

Dan ada juga La Kreiva, merek premium dari GMK yang menghadirkan produk-produk inovatif dan eksklusif untuk kebutuhan pasar modern seperti *café*, artisan *bakery*, dan bisnis minuman kekinian. Produk La Kreiva meliputi pasta rasa dengan varian unik seperti matcha, red velvet, dan taro; *topping* dan *filling premium* seperti salted caramel dan strawberry compote. La Kreiva menyasar pasar milenial dan Gen Z yang mengutamakan tampilan visual makanan dan minuman yang estetik serta memiliki cita rasa yang khas dan kekinian.

Sejak awal berdiri, GMK selalu berkomitmen untuk menjaga kualitas produk dengan mematuhi standar mutu tinggi, yang dibuktikan melalui berbagai sertifikasi seperti Halal, HACCP, ISO 22000, dan RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil). Sertifikasi-sertifikasi tersebut tidak hanya memastikan bahwa produk mereka aman digunakan, tetapi juga mendukung keberlanjutan lingkungan.

Dalam perjalanan pengembangannya, GMK tidak hanya fokus pada pasar domestik, tetapi juga melakukan ekspansi ke pasar internasional, berupaya menghadirkan produk inovatif dan berkualitas tinggi sambil tetap menjaga kepercayaan pelanggan. Perusahaan ini telah mengedepankan misi untuk menginspirasi orang-orang dalam bereksplorasi dan berkreasi di bidang makanan agar dapat menyenangkan dunia. Visi jangka panjang GMK meliputi menjadi pemain utama di lima besar dunia di 10 negara melalui merek-merek hebat, meningkatkan pendapatan dan keuntungan secara berkelanjutan, menerapkan standar manufaktur kelas dunia yang memperhatikan aspek lingkungan, serta membangun sistem bisnis strategis yang mendigitalisasi seluruh proses bisnis perusahaan.



Gambar 2. 2 Cokelat Compound Colatta



Gambar 2. 3 Wippy Cream Haan



Gambar 2. 4 Brownies Haan

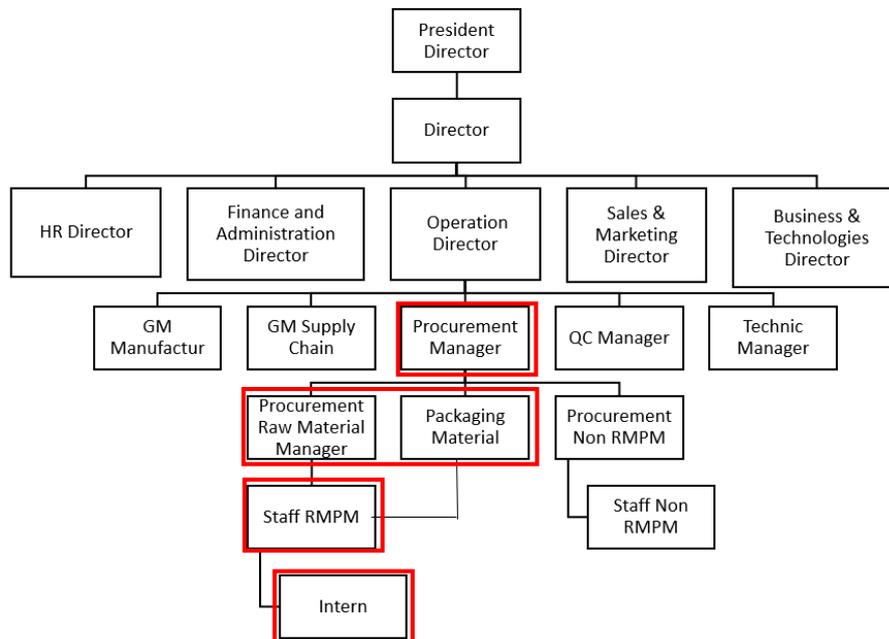


Gambar 2. 5 Cocoa Powder Bendico



Gambar 2. 6 Crumble La Kreiva

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 7 Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT. Gandum Mas Kencana (GMK) menerapkan sistem multi-departemen yang terstruktur secara hierarkis dan sistematis guna mendukung efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan. Struktur ini dirancang sedemikian rupa untuk memastikan setiap fungsi bisnis dapat berjalan dengan optimal dan terintegrasi, serta mendukung pencapaian visi dan misi perusahaan sebagai produsen terkemuka dalam industri pengolahan makanan, khususnya coklat.

Pada puncak struktur organisasi terdapat Direktur Utama yang memegang tanggung jawab tertinggi atas arah dan pengambilan keputusan strategis perusahaan. Direktur Utama berperan sebagai pengendali utama seluruh aktivitas bisnis dan menjadi penghubung antara pemegang saham dengan pelaksana operasional perusahaan. Di bawah kepemimpinan Direktur Utama, terdapat lima departemen utama yang menjalankan fungsi strategis dan operasional yang saling terkoordinasi.

## **1. Departemen Human Resource**

Departemen ini memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan seluruh aspek sumber daya manusia di perusahaan. Kegiatan yang dilakukan mencakup proses rekrutmen dan seleksi karyawan, pelaksanaan pelatihan dan pengembangan kompetensi, pengelolaan administrasi kepegawaian, hingga pembentukan budaya kerja yang sehat dan produktif. Departemen ini juga berperan penting dalam menjaga hubungan industrial serta memastikan bahwa perusahaan memiliki tenaga kerja yang profesional, kompeten, dan sesuai dengan kebutuhan perkembangan bisnis.

## **2. Departemen Finance**

Departemen keuangan berperan sentral dalam pengelolaan dana perusahaan secara terstruktur dan akuntabel. Fungsi utamanya mencakup perencanaan anggaran, pembukuan, pengawasan arus kas, penyusunan laporan keuangan berkala, serta pengelolaan proses pembayaran kepada pihak internal maupun eksternal. Departemen ini juga memastikan kepatuhan terhadap standar akuntansi dan regulasi perpajakan yang berlaku, serta memberikan data finansial yang akurat untuk mendukung pengambilan keputusan manajerial.

## **3. Departemen Strategic Business dan Technologies**

Departemen ini bertanggung jawab dalam pengembangan strategi jangka panjang perusahaan, termasuk di dalamnya analisis pasar, riset dan pengembangan produk, serta penerapan teknologi mutakhir guna meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan. Di era industri 4.0, departemen ini menjadi motor penggerak inovasi digital serta transformasi sistem kerja berbasis teknologi yang terintegrasi dengan sistem operasional lainnya.

## **4. Departemen Sales and Marketing**

Departemen ini menjalankan peran kunci dalam menjaga keberlangsungan bisnis melalui peningkatan penjualan dan perluasan pasar. Tugas utamanya meliputi penyusunan strategi pemasaran, pengelolaan hubungan dengan pelanggan (customer relationship management), pengembangan brand awareness, serta pelaksanaan promosi dan distribusi produk. Dengan pendekatan berbasis data pasar dan tren konsumen, departemen ini berupaya meningkatkan daya saing produk GMK di pasar lokal maupun internasional.

## **5. Departemen Operation**

Sebagai inti dari proses produksi, Departemen Operation memiliki tanggung jawab dalam mengelola seluruh kegiatan operasional harian perusahaan. Ini mencakup pengadaan bahan baku, pengelolaan lini produksi, pengawasan mutu (quality control), serta distribusi produk ke berbagai titik pemasaran. Departemen ini bekerja sama secara erat dengan divisi-divisi lain untuk memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas dan ketepatan waktu pengiriman.

Setiap departemen dalam struktur organisasi ini memiliki tugas dan fungsi spesifik yang saling melengkapi. Koordinasi antar departemen dilakukan secara rutin melalui rapat koordinasi, sistem pelaporan terintegrasi, serta kolaborasi lintas fungsi yang dibangun dengan komunikasi yang efektif. Dengan struktur organisasi yang jelas dan sistematis, PT. Gandum Mas Kencana dapat menjalankan proses bisnisnya dengan lebih fokus, terarah, dan responsif terhadap dinamika pasar serta tuntutan konsumen.

Penerapan struktur ini juga mencerminkan komitmen perusahaan terhadap tata kelola yang baik (good corporate governance), di mana setiap

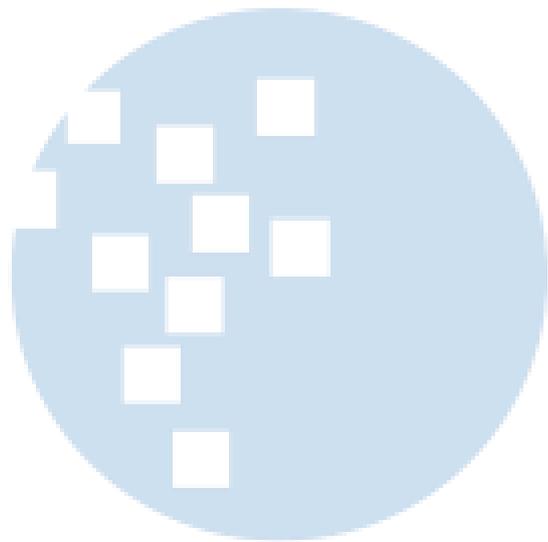
departemen tidak hanya berfungsi sebagai pelaksana, tetapi juga sebagai pengambil keputusan operasional yang bertanggung jawab terhadap kinerja unit masing-masing. Dengan demikian, struktur organisasi yang kuat menjadi landasan utama dalam mendukung keberhasilan GMK dalam memproduksi cokelat berkualitas tinggi dan mempertahankan posisinya di industri makanan olahan.

Dalam struktur Departemen Purchasing di PT. Gandum Mas Kencana, kegiatan pengadaan barang dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu pengelolaan RMPM (Raw Material & Packaging Material) dan non-RMPM yang mencakup barang produksi lainnya serta inventaris perusahaan. Penulis ditempatkan pada bagian RMPM, yang memegang peranan penting dalam pengadaan bahan baku utama yang langsung digunakan dalam proses produksi cokelat dan produk lainnya. Bahan-bahan tersebut meliputi tepung, minyak, cocoa powder, serta palm sugar, yang harus dipastikan kualitasnya sesuai dengan standar perusahaan dan regulasi yang berlaku.

Tanggung jawab utama di bagian RMPM tidak hanya sebatas pengadaan bahan baku, tetapi juga mencakup serangkaian aktivitas penting seperti memastikan bahan yang diterima memenuhi standar kualitas dan keamanan pangan, melakukan proses negosiasi harga dengan pemasok agar memperoleh nilai terbaik, serta mengelola dokumen pendukung yang sangat krusial, termasuk sertifikat halal dan sertifikat food safety. Pengelolaan dokumen ini menjadi aspek penting karena berkaitan langsung dengan kepatuhan perusahaan terhadap regulasi pemerintah dan standar industri, sekaligus menjamin kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Penulis berfokus pada pengelolaan dokumen, penanganan sampel bahan baku, serta pembaruan data untuk kebutuhan forecasting atau perencanaan kebutuhan bahan baku di masa mendatang. Aktivitas ini menuntut ketelitian dan koordinasi yang baik dengan berbagai pihak, baik internal perusahaan maupun pemasok eksternal. Dengan demikian, penulis turut berkontribusi dalam memastikan kelancaran proses produksi melalui pengadaan bahan baku yang tepat

waktu dan berkualitas, sekaligus membantu departemen dalam memprediksi kebutuhan bahan untuk menjaga kontinuitas operasional perusahaan



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA