

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Mayora Indah Tbk merupakan salah satu perusahaan besar di Indonesia yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman. Berdiri sejak tahun 1977, Mayora sudah sangat dikenal luas oleh masyarakat Indonesia maupun mancanegara lewat berbagai produk unggulannya seperti Roma, Beng-Beng, Torabika, Energen, dan Kopiko. Produk-produk ini tidak hanya sukses di dalam negeri, tetapi juga berhasil menembus pasar internasional dan saat ini telah diekspor ke lebih dari 90 negara di Asia, Eropa, Amerika, dan Afrika. Keberhasilan ini tentu tidak lepas dari strategi yang dijalankan oleh perusahaan, seperti inovasi produk yang berkelanjutan, adaptasi terhadap selera pasar lokal di berbagai negara, serta sistem distribusi yang luas dan terorganisir dengan baik. Sabila et al. (2024) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa strategi ekspansi Kopiko, salah satu produk unggulan Mayora, berhasil diterima di pasar luar negeri karena pendekatan lokal yang dilakukan perusahaan, baik dari segi kemasan, rasa, maupun gaya promosinya.

Selain itu, Mayora juga dikenal sebagai perusahaan yang aktif dalam menjalankan program tanggung jawab sosial atau CSR serta memperhatikan aspek komunikasi perusahaan dengan baik. Puspitasari dan Manalu (2025) mencatat bahwa PT Mayora Indah Tbk memiliki strategi komunikasi korporat yang cukup efektif dalam membangun citra positif di mata publik. Hal ini bisa dilihat dari keterbukaan perusahaan dalam menyampaikan informasi, upaya menjaga kualitas produk yang tinggi, serta kontribusi nyata dalam kegiatan sosial masyarakat sekitar. Sebagai perusahaan FMCG (fast-moving consumer goods), Mayora menghadapi persaingan yang cukup ketat. Namun, melalui inovasi produk yang terus dikembangkan dan perluasan pasar yang konsisten, perusahaan

ini masih mampu menjaga eksistensinya. Wijaya (2024) juga mengungkapkan bahwa Mayora berada pada posisi strategis di industri FMCG, dengan potensi besar untuk terus tumbuh, terutama melalui diversifikasi produk dan penetrasi pasar yang lebih dalam di luar negeri.

Dari berbagai pencapaian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mayora merupakan perusahaan yang memiliki visi besar, tidak hanya dalam hal ekspansi bisnis, tetapi juga dalam memperhatikan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Inovasi, kualitas produk, dan pengelolaan strategi yang matang menjadi kekuatan utama perusahaan ini dalam mempertahankan posisinya sebagai salah satu pemimpin industri makanan dan minuman di Indonesia dan pasar global. Pengalaman penulis melakukan magang di perusahaan ini membuka wawasan baru mengenai bagaimana perusahaan besar mengelola bisnisnya dengan profesional serta mengedepankan nilai-nilai yang berdampak positif terhadap masyarakat.

2.1.1 Logo PT Mayora Indah Tbk



Gambar 2.1 Logo PT Mayora Indah Tbk

(Sumber: Seeklogo)

2.1.2 Visi Misi

- Menjadi produsen makanan dan minuman yang berkualitas dan terpercaya di mata konsumen domestik maupun internasional dan menguasai pangsa pasar terbesar dalam kategori produk sejenis.

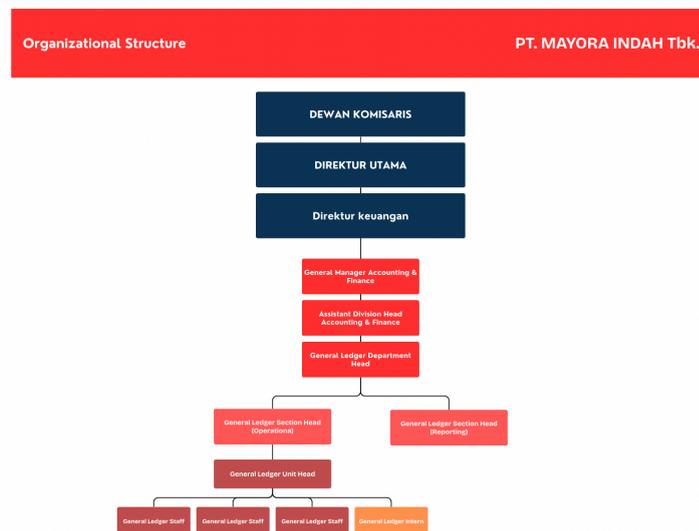
& proses untuk melayani kebutuhan konsumen. Inovasi yang berkesinambungan pada setiap proses kerja untuk mempertahankan pencapaian dan melakukan terobosan baru.

4. PASSION: Jangan puas dengan hasil biasa-biasa saja. Berikan usaha terbaik untuk mencapai keunggulan. Bekerja keras dan gigih, tidak ada jalan pintas untuk mencapai keunggulan. Gunakan berbagai sarana inovatif untuk melaksanakan peningkatan. Lakukan pekerjaan yang anda cintai dan akan menginspirasi anda untuk menjadi lebih baik setiap harinya.
5. WISDOM: Bekerja cerdas, jelas dengan arah yang anda tuju, tidak berlebihan dalam berencana dan bertindak secara efisien. Jadilah serba bisa, lincah dan praktis dalam rencana dan tindakan. Menghormati orang lain dan diri sendiri, membangun hubungan dengan prinsip saling menguntungkan. Membangun tim yang kuat dan jaringan pertemanan, buat orang lain senang bekerja sama dengan anda.
6. RESPONSIBILITY: Evaluasi pencapaian dan produktivitas anda setiap hari. Jadilah proaktif dan berinisiatif untuk memberi solusi dan menuntaskan tugas. Jangan sia-siakan kepercayaan yang diberikan pada anda. Berpikir secara cermat, jangan mentoleransi sikap tidak peduli dan ceroboh.
7. CONFIDENCE: Bertindak segera tanpa ragu, setelah rencana selesai dibuat. Besar atau kecilnya masalah yang ada, hadapi dan atasi masalah tersebut satu per satu. Jangan pernah merasa rendah diri, karena hanya akan membatasi pencapaian anda. Berani ambil resiko jika anda ingin berhasil mencapai terobosan baru.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Mayora Indah Tbk dirancang untuk mendukung tata kelola yang terstruktur dan akuntabel, khususnya dalam divisi keuangan dan

akuntansi. Struktur ini dimulai dari Dewan Komisaris yang mengawasi kinerja perusahaan secara keseluruhan, diikuti oleh Direktur Utama dan Direktur Keuangan yang memimpin fungsi manajerial strategis. Di bawahnya, General Manager Accounting & Finance serta jajaran kepala divisi bertanggung jawab atas operasional harian. Departemen *General Ledger* dipimpin oleh seorang Department Head yang membawahi dua kepala bagian, yaitu *General Ledger Section Head (Operational)* dan *General Ledger Section Head (Reporting)*. Struktur ini juga mencakup *Unit Head*, staf *general ledger*, serta *intern*, yang bersama-sama memastikan pelaporan keuangan dan proses operasional berjalan efisien dan sesuai dengan standar perusahaan.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi PT Mayora Indah Tbk

(Sumber : Laporan keuangan tahunan 2024)

Selama menjalani kegiatan magang di PT Mayora Indah Tbk, penulis menempati posisi sebagai *Accounting Intern*, khususnya di bagian *General Ledger Payment* yang berada di bawah naungan Divisi *Finance and Accounting*. Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab selama magang, penulis bekerja di bawah bimbingan langsung *General Ledger Unit Head*, yang juga berperan sebagai mentor dan supervisor selama program magang berlangsung.

Penempatan di bagian *General Ledger Payment* memberikan penulis kesempatan untuk memahami proses pencatatan dan pengelolaan transaksi keuangan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan pembayaran dan pelaporan akuntansi. Di bawah arahan dan bimbingan *supervisor* dan rekan kerja, penulis memperoleh pengalaman praktis kegiatan operasional perusahaan yang sesungguhnya, terutama penggunaan *tools* pendukung dalam bidang keuangan dan akuntansi.

Dalam posisi magangnya, penulis berperan untuk membantu staf *General Ledger* dalam menyelesaikan beberapa tugas administratif dan teknis, khususnya yang berkaitan dengan proses *approval* atau persetujuan dokumen-dokumen keuangan. Salah satu tugas utama yang dijalankan penulis adalah membantu dalam proses *approval* Free Goods Request (FGR) dan Tagihan Display Target (TDT).

Free Goods Request (FGR) merupakan permintaan pemberian barang promosi secara cuma-cuma kepada distributor atau mitra dagang sebagai bagian dari strategi pemasaran perusahaan. Dalam industri FMCG, FGR berfungsi untuk mendukung kegiatan promosi, meningkatkan volume penjualan, serta menjaga hubungan dengan mitra distribusi. Strategi ini sejalan dengan temuan Tripathi (2019), yang menyatakan bahwa pemberian barang gratis atau promosi sejenis dapat meningkatkan efektivitas penjualan serta memperkuat loyalitas pelanggan.

Sementara itu, Tagihan Display Target (TDT) adalah tagihan yang berkaitan dengan kompensasi atas kegiatan pemasaran di lapangan, seperti penempatan produk pada area display khusus di toko atau retail. Penempatan produk di area strategis seperti end-cap display atau rak khusus terbukti efektif dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan pembelian impulsif (Chandon et al., 2007). Dalam skema ini, perusahaan memberikan insentif kepada mitra atau pihak ketiga yang telah mencapai target display sesuai kesepakatan. Penulis terlibat dalam proses pengecekan kelengkapan tagihan, pencocokan

dokumen pendukung, serta penginputan data ke dalam sistem, untuk memastikan akurasi sebelum dilakukan proses pembayaran.

Melalui keterlibatan dalam kedua proses tersebut, penulis tidak hanya memperoleh pemahaman mendalam tentang prosedur keuangan di perusahaan FMCG, tetapi juga meningkatkan kemampuan teknis dan ketelitian dalam pengelolaan dokumen serta penggunaan sistem keuangan seperti SAP, CORETAX, dan *Mayora Office Automation*.

2.3 Bidang Usaha dan Unit Usaha PT Mayora Indah Tbk

PT Mayora Indah Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman olahan. Didirikan pada tahun 1977, perusahaan ini termasuk dalam kategori Fast Moving Consumer Goods (FMCG) dan telah dikenal luas baik di pasar domestik maupun internasional. Produk-produknya mencakup berbagai kategori, seperti biskuit, permen, wafer, kopi, minuman, dan sereal. Dalam menjalankan usahanya, PT Mayora Indah Tbk didukung oleh sejumlah anak perusahaan yang memiliki spesialisasi masing-masing, antara lain:

- **PT Torabika Eka Semesta**, yang merupakan anak perusahaan yang bergerak khusus di bidang produksi dan distribusi minuman berbasis kopi instan. Torabika dikenal dengan berbagai varian produknya seperti *Torabika Cappuccino*, *Torabika Duo*, dan *Torabika Creamy Latte*. Produk-produknya telah diekspor ke berbagai negara dan menjadi salah satu lini unggulan dalam kategori minuman Mayora.
- **PT Tirta Fresindo Jaya**, sebagai perusahaan yang bertanggung jawab atas produksi air minum dalam kemasan dan minuman siap konsumsi lainnya. Produk yang paling dikenal dari anak perusahaan ini adalah *Le Minerale*, yang bersaing di pasar air minum nasional. PT Tirta Fresindo Jaya juga memiliki fasilitas produksi yang tersebar di beberapa wilayah

Indonesia untuk menjangkau distribusi lebih luas.

- **PT Mayora Makmur**, yang merupakan anak perusahaan berfokus pada produksi makanan ringan seperti biskuit, wafer, dan kue. Produk-produknya meliputi merek-merek populer seperti *Roma*, *Slai O'lai*, dan *Beng-Beng*. PT Mayora Makmur memiliki pabrik dengan kapasitas produksi besar dan standar mutu tinggi untuk mendukung permintaan pasar dalam dan luar negeri.
- **PT Mayora Dasa Prima**, yang memproduksi berbagai jenis permen dan makanan ringan lainnya. Produk terkenalnya antara lain *Kopiko*, permen kopi yang telah dipasarkan secara internasional, serta *Tamarin*, permen berbahan dasar asam jawa. Perusahaan ini turut berkontribusi dalam memperkuat posisi Mayora di sektor permen dan *confectionery*.

Setiap unit usaha tersebut memiliki peran strategis dalam mendukung diversifikasi produk dan perluasan pasar PT Mayora Indah Tbk, baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan jaringan distribusi yang luas dan fasilitas produksi yang tersebar di berbagai wilayah, perusahaan terus berupaya memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif dan efisien.