

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan**

PT Panasonic Manufacturing Indonesia (PMI) adalah perusahaan manufaktur yang berfokus pada produk elektronik. Selain itu, perusahaan ini memiliki unit khusus untuk menangani penjualan dan pemasaran produk yang berada dibawah naungan Panasonic Gobel Indonesia (PGI). Didirikan pada 27 Juli 1970, PMI berlokasi di Jl. Raya Jakarta-Bogor No. KM.29, Pekayon, Kecamatan Pasar Rebo, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta, dan merupakan bagian dari Panasonic Corporation, perusahaan global asal Jepang.

Sebagai bagian dari perusahaan multinasional, PMI telah menunjukkan dedikasinya dalam menghadirkan inovasi melalui produk-produk unggulan seperti pendingin udara, lemari es, mesin cuci, kipas angin, serta peralatan audio dan video. Produk-produk tersebut tidak hanya dipasarkan di Indonesia, tetapi juga telah menembus pasar internasional. Sementara itu, PGI berperan penting dalam memastikan dukungan penjualan dan pemasaran yang optimal guna memperkuat posisi produk Panasonic di pasar global.

##### **2.1.1 Profil Perusahaan**

Di Indonesia, Panasonic beroperasi melalui dua entitas utama, yaitu PT Panasonic Manufacturing Indonesia (PMI) dan Panasonic Gobel Indonesia (PGI). Kedua perusahaan ini bekerja sama dalam kegiatan ekspor dan impor produk, dengan PMI bertanggung jawab atas proses produksi dan PGI mengelola aspek pemasaran.

Selain itu, Panasonic telah mulai menerapkan penggunaan energi sebagai upaya mendukung keberlangsungan industri elektronik. Inisiatif ini merupakan bagian dari komitmen perusahaan untuk meningkatkan efisiensi energi dan menerapkan solusi berkelanjutan di sektor industri.



Gambar 2.1 Logo Panasonic dan Gobel

### 2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Panasonic Manufacturing Indonesia (PMI) memulai perjalanannya sebagai PT Tjawang, yang didirikan pada tahun 1954 oleh Drs. Thayeb Mohammad Gobel. Sebagai pelopor utama dalam industri elektronik di Indonesia, perusahaan ini terus berinovasi dan mengembangkan usahanya. Pada tahun 1970, perusahaan menjalin kerja sama dengan Matsushita Electric Industrial Co., Ltd. dari Jepang. Kolaborasi ini membawa perubahan signifikan, termasuk penggantian nama menjadi PT National Gobel, yang menandai era baru dalam industri elektronik di Indonesia. Pergantian nama ini berdampak positif dengan meningkatkan popularitas dan citra perusahaan di pasar elektronik.

Pada awal 2000-an, Matsushita Group menerapkan kebijakan global untuk menyatukan seluruh mereknya di bawah satu identitas, yaitu Panasonic. Langkah ini bertujuan untuk memperkuat posisi perusahaan di industri elektronik global dan meningkatkan daya saingnya di pasar internasional. Sebagai bagian dari strategi tersebut, pada tahun 2004, perusahaan resmi berganti nama menjadi PT Panasonic Manufacturing Indonesia (PMI). Perubahan ini tidak hanya merepresentasikan transformasi merek, tetapi juga menandai komitmen perusahaan dalam menghadirkan inovasi dan teknologi yang lebih maju untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, PMI terus berinovasi dalam menghadirkan berbagai produk elektronik yang dirancang untuk mempermudah kehidupan sehari-hari. Produk-produk yang dikembangkan mencakup berbagai kategori, mulai dari perangkat digital AV, alat kesehatan dan kecantikan, hingga solusi komunikasi yang lebih modern.

Selain itu, perusahaan juga menghadirkan pusat inovasi untuk menciptakan teknologi yang lebih efisien serta berbagai peralatan rumah tangga yang dirancang dengan fitur canggih. Menjadikan perusahaan sebagai salah satu pemimpin dalam sektor elektronik global.

Selain dari itu Panasonic memiliki Visi dan misi yang mencerminkan dedikasi mereka dalam menghadirkan solusi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat, melalui teknologi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. berikut visi dan misi dari panasonic

### **1. Visi Perusahaan**

"Mengingat tanggung jawab kami sebagai industrialis, kami akan mengabdikan diri demi kemajuan dan perkembangan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan usaha kami, dengan meningkatkan kualitas hidup di seluruh dunia.

### **2. Misi Perusahaan**

Tujuan dasar manajemen Panasonic Corporation, dirumuskan pada tahun 1929 oleh pendirinya, Konosuke Matsushita. Tujuan dasar manajemen ini adalah filosofi usaha Panasonic yang mewujudkan misi dan pengabdian kami demi kemajuan masyarakat dan kesejahteraan manusia di seluruh dunia melalui kegiatan usaha kami.

Panasonic berkomitmen untuk berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui inovasi teknologi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Visi perusahaan menekankan tanggung jawab sebagai industrialis dalam mendukung kemajuan sosial dengan meningkatkan kualitas hidup secara global. Sementara itu, misi Panasonic, yang dirumuskan oleh pendirinya Konosuke Matsushita pada tahun 1929, menjadi dasar filosofi perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dengan prinsip ini, Panasonic berupaya menghadirkan solusi yang tidak hanya berorientasi pada bisnis, tetapi juga berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan.

### 2.1.3 Produk dan Layanan

Panasonic memiliki beragam produk elektronik rumah tangga. Berikut ini beberapa di antaranya:

#### 1. Radio RL-4249MK3

Panasonic merilis salah satu produk radio RL-4249MK3 yang dirilis pada tahun 2003. Seri ini mengusung desain yang terinspirasi oleh model radio tahun 80-an, memberikan kesan nostalgia bagi penggemar barang antik. Radio ini dirancang dengan kelebihan berupa sensitivitas tinggi, mampu menangkap sinyal AM dan FM dengan sangat jernih. Dibandingkan dengan radio lainnya, perangkat ini lebih peka dalam menangkap sinyal. Selain itu, dengan menggunakan speaker berukuran besar (12 cm), kualitas suara yang dihasilkan, khususnya pada bagian bass, terdengar lebih maksimal. Produk ini mencerminkan upaya Panasonic dalam menggabungkan praktisitas dan estetika, dengan mempertimbangkan kebutuhan masyarakat untuk mengakses informasi secara luas, sekaligus menawarkan desain yang menarik dan efisien.



Gambar 2.2 Radio RL-4249MK3  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

#### 2. Washing Machine NA-16JF1WNE

Panasonic merilis salah satu produk mesin cuci NA-16JF1WNE pada tahun 2020. Mesin cuci ini dirancang untuk memberikan kemudahan dalam penggunaan serta efisiensi energi, dengan tetap mengutamakan aspek fungsional dan estetika sesuai

dengan kebutuhan konsumen dalam sehari-hari untuk membantu pekerjaan rumah. Desain yang ergonomis dan tampilan modern menjadikannya pilihan yang praktis dan elegan. Secara keseluruhan, Panasonic mengembangkan berbagai model mesin cuci yang tidak ditujukan untuk kebutuhan spesifik, tetapi tetap menghadirkan kualitas unggul serta teknologi andal khas Panasonic, dengan perpaduan fitur fungsional dan desain yang estetis.



Gambar 2.3 *Washing Machine* NA-16JF1WNE

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

### 3. Kulkas NR-SC631BWS

Kulkas Panasonic NR-SC631BWS dirilis pada tahun 2023, kulkas *Side by Side* ini, dirancang untuk mendukung gaya hidup sehat dengan teknologi canggih guna menjaga kesegaran dan kualitas makanan. Fitur *Surround Cooling Air Flow* memastikan sirkulasi udara merata, menjaga suhu ideal di setiap bagian kulkas sehingga makanan tetap segar lebih lama dengan rasa yang tetap terjaga. Selain itu, sistem pembekuan yang efektif membantu mempertahankan nutrisi dalam makanan beku serta mencegah pertumbuhan bakteri, memberikan perlindungan maksimal bagi kesehatan keluarga. Dari segi desain, eksterior berlapis baja tahan karat premium tidak hanya memberikan tampilan elegan, tetapi juga daya tahan tinggi terhadap korosi dan goresan, menjadikannya investasi jangka panjang bagi rumah tangga modern. Secara keseluruhan, Panasonic merancang setiap produk kulkasnya dengan pendekatan yang komprehensif, mempertimbangkan empat aspek utama: kesehatan, estetika, fungsionalitas, dan efisiensi. Teknologi

pendinginan dan pembekuan canggih diterapkan untuk menjaga kesegaran makanan, mempertahankan kandungan nutrisi, serta mencegah pertumbuhan bakteri. Dari segi estetika, desain modern dengan material premium memberikan kesan elegan sekaligus ketahanan jangka panjang. Sementara itu, fitur inovatif meningkatkan kenyamanan penggunaan, dan efisiensi energi menjadi prioritas untuk memastikan konsumsi daya yang optimal tanpa mengorbankan performa. Dengan keseimbangan antara inovasi teknologi, efisiensi energi, dan estetika, kulkas ini menjadi pilihan ideal bagi mereka yang mengutamakan kesehatan, kenyamanan, dan keindahan dalam satu perangkat.



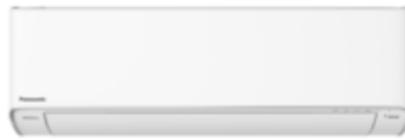
Gambar 2.4 Kulkas NR-SC631BWSD

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

#### 4. **AC Inverter Premium XU-XKP Series**

AC Panasonic SI-BIRU SUPER X, yang berfungsi sebagai sistem pendingin udara sekaligus pemurni udara (*air purifier*), resmi diluncurkan pada Desember 2024. Produk ini dirancang sebagai solusi hemat energi dengan biaya operasional sekitar Rp 5.000 per hari. Dilengkapi dengan teknologi nanoe™ X, AC ini mampu menjaga kualitas udara tetap bersih dan sehat, sehingga meningkatkan kenyamanan pengguna. Fitur ECO Mode memungkinkan penghematan daya hingga 50%, menjadikannya pilihan ideal bagi pengguna yang mengutamakan efisiensi energi

tanpa mengurangi kinerja pendinginan. Selain itu, teknologi built-in WLAN memungkinkan pengoperasian jarak jauh melalui smartphone, sehingga memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam penggunaan. Panasonic juga mengembangkan produk AC lainnya dengan mempertimbangkan berbagai aspek, termasuk efisiensi energi, kualitas udara, kemudahan penggunaan, serta keberlanjutan lingkungan, guna memenuhi kebutuhan rumah tangga modern yang mengutamakan kenyamanan serta pengelolaan energi yang optimal.



Gambar 2.5 AC *Inverter Premium XU-XKP Series*

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

## 5. **WaterPump GA-126FAK**

Panasonic menghadirkan pompa air dengan kapasitas terbesar di kelasnya, dirancang untuk memberikan performa optimal dengan aliran air yang stabil dan tingkat kebisingan yang minimal. Dirilis pada tahun 2020, pompa ini dilengkapi dengan teknologi *Flow Switch* terintegrasi yang memungkinkan pompa tetap menyala selama ada aliran air, sehingga menghilangkan suara nyala-mati yang mengganggu serta meningkatkan efisiensi energi. Selain itu, teknologi *Double Coating* dengan lapisan *powder coating* melindungi bagian dalam pompa dari karat, memastikan air yang dihasilkan tetap jernih dan aman untuk konsumsi maupun keperluan sehari-hari. Untuk meningkatkan daya tahan dan keselamatan, pompa ini juga dilengkapi dengan *Cooling System*, *Short Flow Switch Position*, serta motor berproteksi tinggi dengan material PP V0 tahan api, yang memberikan perlindungan maksimal terhadap

panas berlebih dan risiko kebakaran. Secara keseluruhan, Panasonic tidak hanya menghadirkan pompa air dengan teknologi inovatif, tetapi juga mengembangkan berbagai model lain yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, seperti ketahanan produk, efisiensi energi, tingkat kebisingan rendah, serta perlindungan terhadap kerusakan. Dengan mempertimbangkan berbagai aspek tersebut, Panasonic terus berkomitmen untuk menyediakan solusi pompa air yang andal, efisien, dan aman guna mendukung kelancaran pasokan air di berbagai lingkungan.



Gambar 2.6 WaterPump GA-126FAK

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

## 6. Ceiling Fan 48" YASASI F-EY1220

Panasonic menghadirkan kipas angin F-EY1420, yang dirilis pada tahun 2020, dengan teknologi canggih untuk memberikan kesejukan udara merata serta konsumsi energi yang efisien. Kipas ini dirancang dengan baling-baling kokoh tanpa sambungan, sehingga lebih tahan lama dan mampu beroperasi dengan stabil. Dengan konsumsi daya hanya 15–45 watt, perangkat ini tetap hemat energi meskipun digunakan dalam waktu lama. Selain itu, fitur keselamatan pada motor kipas memastikan perlindungan optimal bagi pengguna, baik saat baling-baling dalam keadaan diam maupun berputar. Secara keseluruhan, Panasonic merancang setiap produk kipas anginnya dengan mempertimbangkan berbagai aspek, seperti daya tahan, efisiensi energi, keamanan, dan kenyamanan, guna memenuhi beragam kebutuhan masyarakat di berbagai lingkungan.

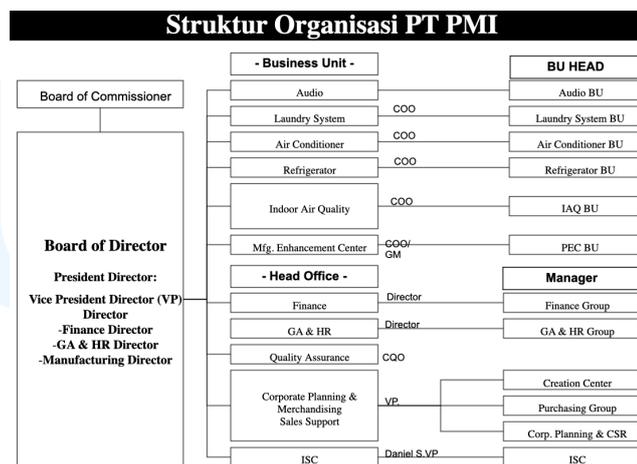


Gambar 2.7 Ceiling Fan 48" YASASI F-EY1220

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Panasonic Manufacturing Indonesia (PT PMI) terdiri dari berbagai divisi dan departemen yang menjalankan tugas masing-masing untuk mendukung operasional perusahaan. Setiap divisi dipimpin oleh seorang pemimpin yang bertanggung jawab atas kelancaran tugas serta pencapaian visi dan misi Panasonic. Dengan pembagian tugas yang jelas, setiap karyawan dapat bekerja secara efektif sesuai keahliannya.



Gambar 2.8 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Dokumentasi Profile Perusahaan, 2025.

Penulis didedikasikan kedalam tim *Creation Center*, yang berada di bawah naungan *Business Unit Corporate Planning & Merchandising Sales Supports*.

*Creation Center* berfokus pada strategi branding dengan mengoptimalkan promosi digital dan visual guna mendukung pemasaran produk elektronik Panasonic. Selain itu, tim ini juga berperan dalam merancang desain produk sebelum dikirimkan ke Matsushita Group untuk mendapatkan persetujuan. Setelah disetujui, desain tersebut akan diproses lebih lanjut hingga menjadi produk jadi. Dalam menjalankan tugasnya, *Creation Center* bertanggung jawab dalam menciptakan materi komunikasi visual yang efektif untuk meningkatkan daya tarik serta citra produk di pasar.

Dalam perannya, penulis ditempatkan di *Business Unit* Audio, yang secara khusus menangani pemasaran produk-produk audio Panasonic. Tugas utama penulis meliputi pembuatan materi promosi, desain visual, dan berbagai elemen grafis yang mendukung strategi pemasaran, seperti konten media sosial, *Packaging* produk, *manual book* serta presentasi produk. Selain itu, penulis juga terlibat dalam pengembangan desain materi promosi untuk berbagai divisi lain sesuai kebutuhan perusahaan, termasuk GA & HR Group. Dalam divisi ini, penulis berkontribusi dalam pembuatan desain untuk keperluan internal perusahaan, seperti flyer form perusahaan dan poster perayaan setiap tahunnya.

### **2.3 Portofolio Perusahaan**

Panasonic dikenal sebagai salah satu perusahaan elektronik terkemuka yang terus menghadirkan berbagai produk inovatif. Selama lebih dari 30 tahun, Panasonic telah memproduksi beragam perangkat elektronik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Seiring perkembangan zaman, popularitas produk elektronik semakin meningkat, didukung oleh strategi promosi melalui media digital serta berbagai kampanye dan acara yang diselenggarakan oleh Panasonic guna memperkuat citra merek dan meningkatkan daya tariknya di pasar. Berikut adalah beberapa portofolio dari Panasonic:

#### **2.3.1 *Art With Heart 2025***

*Art With Heart* merupakan program *Art Charity* yang diselenggarakan oleh Panasonic Gobel pada tahun 2025 dan diadakan di Gandaria city. melalui kolaborasi dengan seniman difabel untuk

menyalurkan karya mereka pada produk elektronik Panasonic. Karya-karya tersebut kemudian diubah menjadi *ART Electronic* dan dilelang melalui kampanye *Art With Heart*. Program ini tidak hanya memberikan wadah bagi para seniman untuk berekspresi, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan citra dan nilai merek Panasonic. Adapun media yang digunakan dalam kampanye *Art With Heart* meliputi *merchandise, feeds story, exhibition booth*, serta *video ads* guna memperkuat pesan dan jangkauan kampanye.



Gambar 2.9 Campaign Art With Heart

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

### 2.3.2 Awet Mudah Pasti Panasonic 2024

Memasuki tahun fiskal 2024, PT Panasonic Gobel Indonesia (PGI) meluncurkan kampanye AWET MUDAH PASTI PANASONIC yang menegaskan komitmennya dalam menghadirkan produk yang tahan lama, berkualitas, dan mudah digunakan. Kampanye ini memperkenalkan PASTI SERIES, yang terdiri dari empat kategori utama: PASTI BERSIH, PASTI KEREN, PASTI NYAMAN, dan PASTI SEGAR, mencakup berbagai produk *home appliances, home kitchen, beauty, dan home entertainment*. Inovasi ini didukung oleh *durability, Japan quality, dan unique technology* untuk memenuhi kebutuhan konsumen modern.

Produk unggulan dalam kategori PASTI BERSIH meliputi *Air Conditioner XU Series* dengan teknologi *nanoe X* yang mampu

menghambat 99,9% polutan, *Washing Machine* NA-S106FR1BS dengan fitur total *hygiene care*, serta *Water Dispenser* NY-WDB91DASK yang dilengkapi Ozone Clean. Selain itu, Panasonic juga menghadirkan *Cordless Stick Vacuum Cleaner* MC-SB33JW746 dengan desain ergonomis, *Water Purification System* FP-15AM1M bersertifikat halal, serta *Wall Mounted Supply Air Fan* FV-06PHP1 dengan *filter* PM2.5 untuk menghasilkan udara yang lebih bersih dan segar.

Kampanye ini berfokus pada fotografi dan elemen visual dengan memanfaatkan Instagram, TikTok, dan YouTube sebagai media utama dalam penyebaran informasi serta strategi promosi guna meningkatkan daya tarik dan jangkauan kampanye dan tidak hanya itu juga panasonic juga melakukan kampanye secara *offline* dengan menaruh *stand booth* dan beberapa kebutuhan media promosi cetak sebagai kebutuhan pameran dalam kampanye tersebut.



Gambar 2.10 *Campaign* Awet Mudah Pasti Panasonic

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

### 2.3.3 Panasonic *Water Solution Exhibition* 2023

Panasonic terus berinovasi dalam produk dan layanan untuk mendukung gaya hidup sehat dan berkelanjutan. Melalui kampanye Rumah Kita yang diadakan pada tahun 2023, Panasonic menghadirkan *Water Solution Exhibition* di Margo City dan AEON BSD, menampilkan solusi air bersih melalui *Water Purification System*, *Water Heater*, dan *Water Pump*.

Teknologi *Water Purification System* mampu menjernihkan air sumur dengan menghilangkan lebih dari 95% kandungan lumpur dan zat besi. Selain itu, pompa air dan pemanas air Panasonic dirancang untuk memastikan distribusi air yang efisien serta memberikan kenyamanan bagi kebutuhan rumah tangga. Adapun media yang digunakan dalam mempromosikan kampanye tersebut yaitu media sosial serta media cetak yang dibutuhkan untuk pameran secara luring. jenis desain yang digunakan ini merefleksi dengan gaya *modern light*.



Gambar 2.11 Campaign *Water Solution Exhibition*

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

### 2.3.4 Video *ADS* Baterai Panasonic Alkaline

Panasonic menghadirkan baterai alkaline dengan daya tahan unggul, tersedia dalam varian yang 12 kali lebih tahan lama dan 10 kali lebih kuat. Produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mengoperasikan berbagai perangkat elektronik yang memerlukan baterai. Seiring dengan perkembangan teknologi, Panasonic memasarkan produk ini melalui media sosial, khususnya YouTube, dengan menampilkan iklan video ilustratif yang menggunakan karakter animasi menarik dengan tema fauna, guna meningkatkan daya tarik dan pemahaman konsumen terhadap keunggulan baterai ini.



Gambar 2.12 Video *ADS* Baterai Panasonic Alkaline

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Dengan itu, Panasonic yang sudah lebih dari 30 tahun membuat berbagai produk untuk kebutuhan sehari-hari. Dengan strategi promosi yang efektif dan tepat, seperti menggunakan media digital dan mengadakan berbagai acara, Panasonic terus memperkenalkan produk-produk inovatifnya agar semakin dikenal dan menarik minat konsumen.

