

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Sari Murni Abadi merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang F&B. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1998 yang mana di tahun tersebut PT Sari Murni Abadi membentuk fasilitas manufaktur pertamanya di Bogor. Hingga hari ini setidaknya PT Sari Murni Abadi memiliki lebih dari 91 SKU aktif, 150 *sub-distributor*, dan lebih dari 30.000 outlet di seluruh Indonesia.



Gambar 2.1 Foto Pabrik PT Sari Murni Abadi

Sumber: Dokumen Perusahaan

Dengan pengalaman lebih dari 20 tahun di industri F&B PT Sari Murni Abadi telah membentuk 2 fasilitas manufaktur di Jawa Timur dan Jawa Barat. Selain itu PT Sari Murni juga sudah mendapat banyak penghargaan sebagai perusahaan, diantaranya adalah:

- Top Brand Awards 2010-2017, 2020-2024
- Best Brand Awards 2012, 2013 *as the most valuable brand in Indonesia*
- Best Brand Awards Gold 2014, 2015
- Best Brand Awards Platinum 2016 – 2024

- Social Media Awards 2013, 2015, 2022 – 2024
- Word of Mouth Marketing Awards 2010, 2011, 2015



Gambar 2.2 Brand yang dimiliki PT Sari Murni Abadi

Sumber: Dokumen Perusahaan

Diatas merupakan merek – merek makanan ringan yang diproduksi oleh PT Sari Murni Abadi, namun PT Sari Murni Abadi tidak hanya memproduksi untuk *brand* sendiri, ada beberapa brand dari luar negeri yang melakukan *toll-in* dengan PT Sari Murni Abadi untuk memproduksi produk dari beberapa brand. *Toll-in* disini adalah dimana sebuah perusahaan meminta PT Sari Murni Abadi untuk memproduksi makanan/minuman dengan permintaan produksi sesuai tahapan dari perusahaan lain yang bisa dipenuhi oleh perusahaan penerima *toll-in* manufaktur karena masih tersedia kapasitas produksi.

2.1.1 Visi Misi

Visi

Visi PT Sari Murni Abadi adalah

“Menjadi produsen dan distributor produk konsumen terbaik dan terpercaya di Indonesia maupun pasar internasional”

Misi

Sedangkan Misi PT Sari Murni Abadi adalah:

- Menyediakan produk konsumen berkualitas dengan harga bersaing, dan mudah ditemukan di mana saja.
- Terus berinovasi dalam bisnis, proses, maupun produk untuk menjadi pilihan utama masyarakat.
- Memberikan kontribusi yang signifikan kepada pemegang saham dan seluruh karyawan untuk kesejahteraan bersama.

Company Value

KREATIF

- **Kolaboratif**

Bersinergi dan membangun kerja sama tim yang intensif dalam menyelesaikan permasalahan dan mencapai tujuan bersama.

- **Resilien**

Optimis dalam menghadapi tantangan, melihat setiap situasi sebagai kesempatan untuk belajar dan berkembang, dan menjadikan kegagalan serta kesulitan sebagai pemacu untuk mencapai hasil yang lebih baik.

- **Akuntabel**

Bertanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaan, fokus dan tangkas dalam mencapai tujuan serta dapat diandalkan.

- **Terpercaya**

Konsisten dalam tindakan dan perkataan sesuai dengan norma dan nilai-nilai yang dianut, berpegang teguh pada prinsip serta dapat dipercaya.

- **Inovatif**

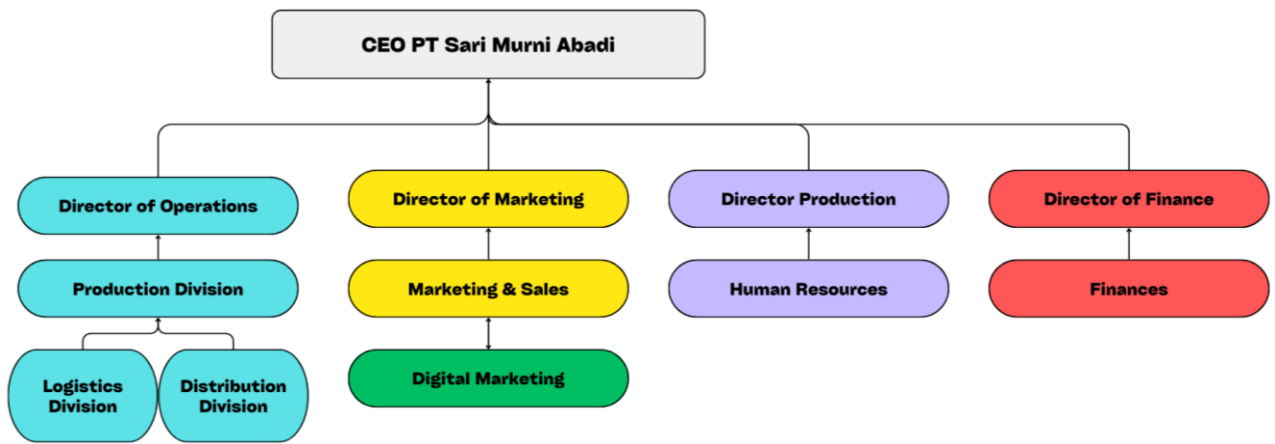
Berpikiran terbuka di luar paradigma dan *status quo*, kreatif, serta melakukan hal-hal di luar kebiasaan untuk berfokus pada peningkatan dan pengembangan.

- **Fokus pada pelanggan**

Membangun kepercayaan pelanggan dan menjadikan pelanggan sebagai fokus utama dalam pengembangan produk dan merk

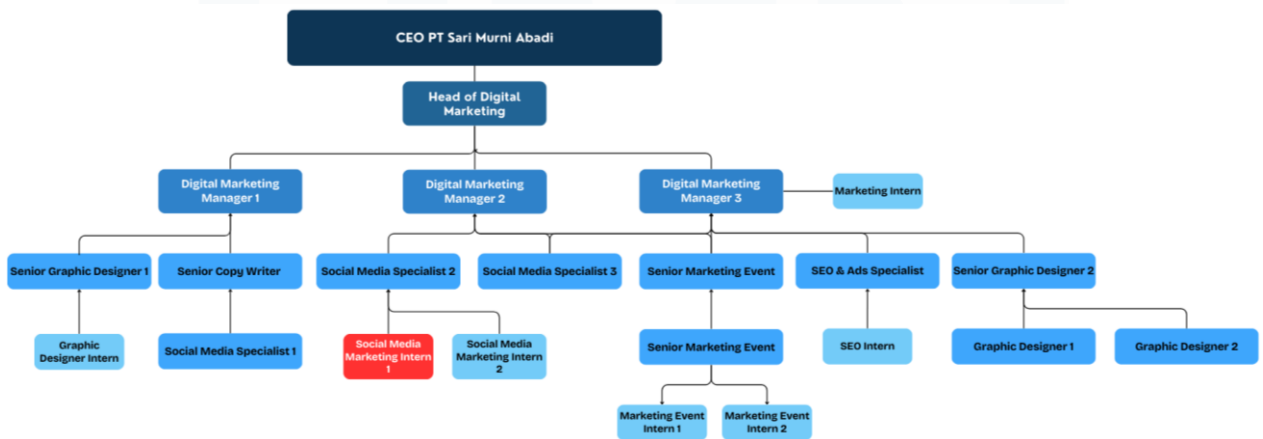
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan gambaran mengenai bagaimana PT Sari Murni Abadi membentuk struktur organisasi perusahaan secara spesifik pada bagian marketing.



Gambar 2.3 *Mind Map* Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)



Gambar 2.4 *Mind Map* Struktur Tim Digital Marketing

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Struktur organisasi PT Sari Murni Abadi terdiri dari beberapa divisi utama yang masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab spesifik dalam mendukung operasional perusahaan. Seluruh divisi berada di bawah kepemimpinan langsung CEO PT Sari Murni Abadi yang memiliki tanggung jawab menyeluruh terhadap arah strategis perusahaan, pengambilan keputusan, serta pengawasan kinerja setiap departemen.

Divisi operasional dipimpin oleh *Director of Operations* yang bertugas memastikan kelancaran kegiatan produksi, logistik, hingga distribusi produk. Di bawah direktorat ini terdapat *Production Division* yang berperan dalam mengelola seluruh proses produksi, mulai dari perencanaan hingga pengendalian kualitas produk. Selanjutnya, *Logistics Division* bertanggung jawab terhadap pengelolaan barang dalam proses penyimpanan dan pengiriman, sedangkan *Distribution Division* mengatur pendistribusian produk ke berbagai mitra atau titik penjualan, memastikan produk sampai tepat waktu dan dalam kondisi baik.

Untuk kegiatan pemasaran, perusahaan memiliki *Director of Marketing* yang membawahi dua sub-divisi, yaitu *Marketing & Sales Division* dan *Digital Marketing Division*. *Divisi Marketing & Sales* berperan dalam menyusun strategi pemasaran secara umum, menjalin hubungan dengan pelanggan, serta meningkatkan penjualan melalui berbagai kanal konvensional. Sementara itu, *Digital Marketing Division* memiliki fokus utama pada pengelolaan aktivitas pemasaran berbasis digital. Divisi ini bertanggung jawab dalam membuat konten untuk media sosial perusahaan, menjalankan kampanye iklan digital (seperti Facebook Ads, Instagram Ads, dan Google Ads), serta menjaga konsistensi *brand identity* di seluruh kanal digital. Selain itu, Digital Marketing juga melakukan pemantauan terhadap data analitik dari setiap aktivitas digital yang dilakukan, termasuk *engagement rate*, *impressions*, guna mengevaluasi efektivitas strategi yang dijalankan. Divisi ini juga berperan aktif dalam merancang ide-ide kampanye kreatif dan kolaborasi dengan pihak eksternal seperti influencer atau *brand partner*,

untuk memperluas jangkauan audiens dan membangun citra perusahaan secara online.

Dalam bidang sumber daya manusia, terdapat *Director Production* yang membawahi *Human Resources Division*. Divisi ini berperan penting dalam pengelolaan SDM perusahaan, seperti proses rekrutmen, pelatihan karyawan, penilaian performa, serta pengembangan kompetensi. HR juga mengatur hubungan kerja dan memastikan kesejahteraan seluruh karyawan sesuai dengan kebijakan perusahaan.

Terakhir, aspek keuangan perusahaan dikelola oleh *Director of Finance* melalui *Finance Division*. Divisi ini memiliki tugas dalam menyusun laporan keuangan, mengatur arus kas, merancang anggaran, serta memastikan kepatuhan perusahaan terhadap kewajiban pajak dan audit internal. Fungsi ini sangat penting dalam menjaga stabilitas finansial perusahaan dan mendukung pengambilan keputusan berbasis data keuangan yang akurat.

Penulis berada di bawah Marketing Division. Divisi ini juga dibagi menjadi beberapa bagian, mulai dari Head of Digital Marketing yang menjadi pemimpin utama dalam divisi ini dan bertanggung jawab dalam mengatur strategi digital secara keseluruhan, mengoordinasikan seluruh manajer digital marketing, serta memastikan seluruh kegiatan promosi digital berjalan efektif dan terintegrasi dengan arah branding perusahaan.

Dalam penerapannya, divisi *digital marketing* terbagi ke dalam tiga unit utama yang masing-masing dikepalai oleh *Digital Marketing Manager*. PT Sari Murni Abadi memiliki tiga *Digital Marketing Manager* dengan lingkup tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda.

Digital Marketing Manager 1 bertugas mengawasi dan mengarahkan kinerja tim kreatif dan media sosial. Di bawah koordinasinya terdapat beberapa posisi strategis, yakni *Senior Graphic Designer* yang memimpin pembuatan seluruh materi visual promosi perusahaan, serta membimbing *Graphic Designer Intern*

dalam tugas-tugas desain grafis ringan. Selain itu, terdapat *Senior Copywriter* yang bertugas menyusun narasi dan konten tulisan yang sesuai dengan identitas brand, bekerja sama erat dengan *Social Media Specialist 1* dalam membuat caption, slogan, dan *copy* untuk berbagai kanal digital. *Social Media Specialist 1* juga menjadi penghubung antara tim kreatif dan manajemen untuk kebutuhan konten media sosial.

Digital Marketing Manager 2 memiliki fokus pada pengelolaan akun media sosial secara teknis dan operasional. Ia membawahi *Social Media Specialist 2* dan *Social Media Specialist 3*, yang bertanggung jawab terhadap penjadwalan konten, pemantauan engagement, serta analisis performa setiap unggahan di *platform* seperti Instagram danv TikTok. Selain itu, *Social Media Specialist* ini juga memimpin koordinasi dengan para *intern* yang mendukung aktivitas media sosial secara langsung, yaitu *Social Media Marketing Intern*. *Intern* tersebut biasanya dilibatkan dalam proses pembuatan konten harian, *brainstorming ide*, hingga pelaksanaan aktivitas kampanye digital yang sedang berjalan.

Digital Marketing Manager 3 membawahi bidang yang lebih teknis dan terfokus pada pengukuran serta *event activation*. Di bawah pengawasannya terdapat *SEO & Ads Specialist* yang menangani pengoptimalan mesin pencari (SEO) serta periklanan berbayar seperti Google Ads, dan didukung oleh *SEO Intern*. Selain itu, terdapat pula *Senior Marketing Event* yang bertanggung jawab merancang dan menjalankan kegiatan marketing berbasis *event* baik *online* maupun offline, dibantu oleh dua orang intern. Manager ini juga membawahi *Senior Graphic Designer* yang menangani visualisasi desain dari sisi branding untuk keperluan event maupun promosi iklan. Selain itu, terdapat *Marketing Intern* yang secara fleksibel membantu berbagai lini aktivitas *Digital Marketing Manager*, tergantung kebutuhan dan beban proyek yang sedang dijalankan.

Penggunaan angka dan pada penjelasan masing masing divisi dilakukan dengan alasan informasi konfidensial dari pihak perusahaan.