

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Tritan Utama

Berawal dari kebutuhan pasar akan produk alat makan sekali pakai yang berkualitas dan ramah lingkungan, lahirlah sebuah perusahaan yang berkomitmen untuk menyediakan solusi praktis dan higienis bagi masyarakat Indonesia. Sejak didirikan pada tahun 2013, perusahaan ini telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, baik dari segi produk, jangkauan distribusi, maupun kolaborasi bisnis. Berlokasi di Sukabakti, Kecamatan Curug, Tangerang – Banten, perusahaan ini telah menjadi salah satu pemain utama di industri penyedia alat makan sekali pakai. Dengan brand utamanya yaitu *ION*, perusahaan menghadirkan berbagai produk seperti tusuk gigi, stik kayu, sumpit, dan sendok plastik. Meskipun tergolong sebagai produk sekali pakai, perusahaan berhasil memberikan nilai tambah melalui kualitas, keamanan, dan kepraktisan. Hal ini menjadi kekuatan utama dalam membangun kepercayaan konsumen sekaligus memperluas pasar hingga ke seluruh wilayah Indonesia.

Model bisnis yang dijalankan oleh perusahaan ini bergerak dalam skema **Business-to-Business (B2B)**, di mana produk dipasarkan langsung kepada pihak distributor, pelaku industri makanan dan minuman, serta perusahaan-perusahaan besar. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk menjalin kemitraan jangka panjang dan menjangkau pasar dalam skala yang lebih luas serta berkelanjutan. Kredibilitas perusahaan semakin kuat dengan keberhasilannya menjalin kerja sama dengan berbagai brand besar dan ternama, seperti HokBen, Golden Lamian, Imperial Kitchen, Garuda Indonesia, hingga pusat perbelanjaan seperti AEON Mall. Kemitraan strategis ini menunjukkan bahwa produk ION tidak hanya diterima secara luas, tetapi juga dipercaya oleh pelaku industri makanan dan minuman skala nasional.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Tujuan utama yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah menjadi entitas yang kuat, solid, dan dapat dipercaya dalam industri penyedia alat makan sekali pakai, khususnya yang berbahan dasar kayu, bambu, dan plastik. Komitmen terhadap pencapaian visi ini tercermin dari berbagai langkah strategis yang diambil, baik dalam hal pengembangan produk, inovasi proses produksi, maupun peningkatan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Tidak hanya berfokus pada pertumbuhan bisnis semata, perusahaan juga berupaya menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan, baik bagi konsumen, mitra kerja, maupun seluruh pemangku kepentingan.

2.2 Visi Misi PT Tritan Utama

2.2.1 Visi

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan alat makan sekali pakai, PT Tritan Utama memiliki visi yang menjadi arah utama dalam menjalankan seluruh kegiatan bisnisnya. Dengan visi sebagai berikut : “Menjadi perusahaan yang solid, terpercaya, dan memberikan produk yang terbaik.terbaik”

2.2.2 Misi

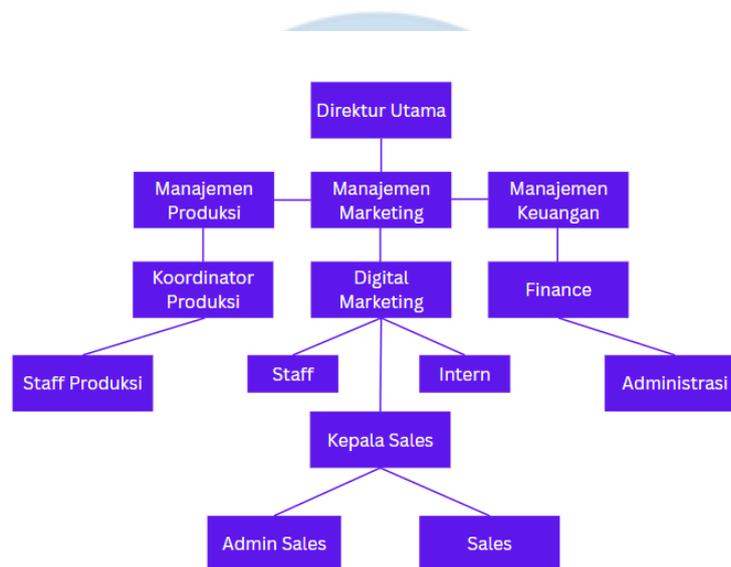
Untuk mewujudkan visi tersebut, PT Tritan Utama menetapkan misi yang menjadi pedoman dalam menjalankan operasional dan pengembangan usahanya. Dengan misi sebagai berikut :

- Menyediakan produk alat makan sekali pakai yang berkualitas, aman, dan praktis bagi konsumen di seluruh Indonesia.
- Terus berinovasi dalam pengembangan produk dan proses produksi agar dapat bersaing di pasar nasional maupun internasional.

- Menjalinkan kemitraan jangka panjang dengan berbagai pelaku industri makanan dan minuman.

2.3 Struktur Perusahaan PT Tritan Utama

Tritan Utama adalah perusahaan yang memproduksi sekaligus penyedia alat makan sekali pakai berbahan dasar kayu, bambu, dan plastik. Perusahaan ini telah bergerak selama 13 tahun sebagai produsen dan penyedia alat makan sekali pakai yang memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. Tritan Utama

berikut merupakan bagan struktur organisasi PT Tritan Utama yang disusun berdasarkan hasil wawancara dengan supervisor tempat magang dan tim manajemen. Dalam struktur ini, posisi pekerja magang berada di bawah naungan Divisi Digital Marketing, yang secara langsung berada di bawah pengawasan Manajemen Marketing. Divisi Digital Marketing bertanggung jawab dalam melakukan perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran digital, dengan tujuan untuk meningkatkan visibilitas produk dan mendukung pencapaian target penjualan perusahaan. Keberadaan struktur ini membantu menjelaskan alur koordinasi kerja dan tanggung jawab masing-masing divisi di dalam perusahaan.

Direktur Utama:

Direktur Utama merupakan pimpinan tertinggi di PT Tritan Utama yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis dan keseluruhan arah perusahaan. Jabatan ini berperan penting dalam mengawasi operasional, menetapkan kebijakan, serta memastikan seluruh kegiatan perusahaan berjalan sesuai visi dan misi yang telah ditetapkan.

Adapun struktur organisasi yang berada di bawah Direktur Utama adalah sebagai berikut:

1. Divisi produksi

- **Manajemen Produksi:** Mengelola seluruh proses produksi mulai dari perencanaan, pengadaan bahan baku, hingga pengawasan kualitas produk. Divisi ini memastikan setiap produk yang dihasilkan memenuhi standar mutu dan efisiensi.
- **Koordinator Produksi:** Bertugas mengawasi jalannya proses produksi secara langsung di lapangan, mengatur jadwal kerja, dan memastikan proses produksi berjalan tepat waktu serta sesuai target.
- **Staff Produksi:** Menjalankan aktivitas teknis produksi, seperti pengolahan bahan baku, pengemasan, dan pengecekan akhir produk sebelum distribusi.

2. Divisi Marketing

- **Manajemen Marketing:** Bertanggung jawab atas penyusunan strategi pemasaran produk, promosi brand, serta pengembangan pasar.
- **Digital Marketin:** Menangani promosi melalui platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website.
- **Staff dan Intern Digital Marketin:** Menangani promosi melalui platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website.

- **Kepala Sales:** Mengelola tim sales, menetapkan target penjualan, serta menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan distributor.
- **Sales Staff :** Melakukan aktivitas penjualan langsung kepada pelanggan dan mitra bisnis. Mereka juga mengumpulkan feedback dari pasar dan menjaga kepuasan pelanggan.

3. Divisi Keuangan

- **Manajemen Keuangan:** Mengatur arus keuangan perusahaan, mulai dari perencanaan anggaran, pengelolaan kas, hingga pelaporan keuangan yang akurat dan transparan.
- **Finance:** Menangani pencatatan transaksi keuangan, pembayaran, pelaporan pajak, dan analisis keuangan perusahaan guna menunjang pengambilan keputusan strategis.
- **Administrasi:** Bertugas melakukan pengarsipan dokumen, pengelolaan data internal, serta mendukung aktivitas administratif di seluruh divisi agar berjalan dengan tertib dan terorganisir.

Divisi Marketing memiliki peran yang sangat krusial dalam keberlangsungan dan pertumbuhan PT Tritan Utama. Divisi ini dapat diibaratkan sebagai tombak perusahaan, karena bertanggung jawab langsung terhadap bagaimana produk perusahaan dikenal, diterima, dan diminati oleh pasar. Tanpa adanya strategi pemasaran yang tepat, produk-produk berkualitas sekalipun akan sulit menjangkau konsumen secara optimal. Begitupun juga dengan divisi *Digital Marketin* memiliki peran dan tanggung jawab atas berbagai strategi komunikasi dan promosi melalui platform digital.

Salah satu tugas yang digarap oleh tim *Digital Marketin* adalah membuat konten yang menarik dan relevan, seperti desain visual untuk media sosial, video promosi, serta caption dan copywriting yang informatif namun tetap engaging. Konten-konten tersebut dirancang secara kreatif dan konsisten guna memperkuat

identitas merek ION dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Selain itu tim *Digital Marketing* juga berperan dalam mengelola media sosial perusahaan, termasuk menjadwalkan postingan, membalas interaksi pelanggan, dan menjaga konsistensi komunikasi di berbagai platform seperti Instagram, Facebook, maupun TikTok. Mereka juga menjalankan kampanye iklan berbayar (paid ads) seperti Instagram Ads, Facebook Ads, hingga Google Ads, yang bertujuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA