

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Karya

Momogi merupakan makanan ringan yang diproduksi oleh perusahaan PT Sari Murni Abadi. Produk ini merupakan satu dari banyak variasi makanan ringan yang di produksi oleh PT Sari Murni Abadi. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *food & beverages* lebih dari 20 tahun PT Sari Murni Abadi sampai saat ini masih berusaha untuk relevan di Indonesia. Industri F&B (*Food and Beverage*) sendiri merupakan salah satu sektor yang terus mengalami pertumbuhan signifikan di tingkat nasional maupun global. Seiring dengan perubahan gaya hidup, meningkatnya daya beli masyarakat, dan kesadaran terhadap kualitas serta variasi makanan dan minuman, permintaan terhadap produk F&B semakin meluas. Inovasi dalam rasa, kemasan, serta distribusi menjadi faktor utama dalam memenangkan persaingan di industri ini.

Di Indonesia sendiri, industri F&B menjadi salah satu penyumbang utama pertumbuhan ekonomi. Besarnya populasi, keragaman budaya kuliner, serta tren konsumsi modern menciptakan peluang luas bagi perusahaan-perusahaan untuk memperkenalkan produk-produk berkualitas yang memenuhi standar kesehatan, keamanan, serta cita rasa yang tinggi. Adaptasi terhadap teknologi, tren makanan sehat, dan keberlanjutan juga menjadi fokus penting dalam mempertahankan posisi di pasar yang dinamis ini.

Berdasarkan data yang diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2023 pada Kuartal II industri makanan dan minuman terus tumbuh 4.62% setiap tahunnya. Walaupun jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya angka tersebut lebih lambat. Selain itu 2023 diambil dari Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman (2024), terdapat sekitar 4,85 juta usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia, meningkat sekitar 21,13% dibandingkan tahun 2016. Diperkirakan industri ini mengambil sekitar 9,80 juta tenaga kerja, data ini

melakukan peningkatan 20,48% sejak tahun 2016. Total nilai penjualan usaha penyediaan makanan dan minuman pada tahun 2023 mencapai Rp998,37 triliun, meningkat 48,04% dibandingkan tahun 2016

PT Sari Murni Abadi merupakan perusahaan sebagai tempat magang bersamaan dengan pembuatan karya ini. Secara spesifik, PT Sari Murni Abadi bergerak di bidang manufaktur makanan ringan. Beberapa produk unggulan yang diproduksi oleh perusahaan ini antara lain Momogi Stik, Migi-Migi, Criscito, Yale-Yale, Twiststick, serta produk terbaru dalam bentuk minuman ringan dengan merek Frubee.

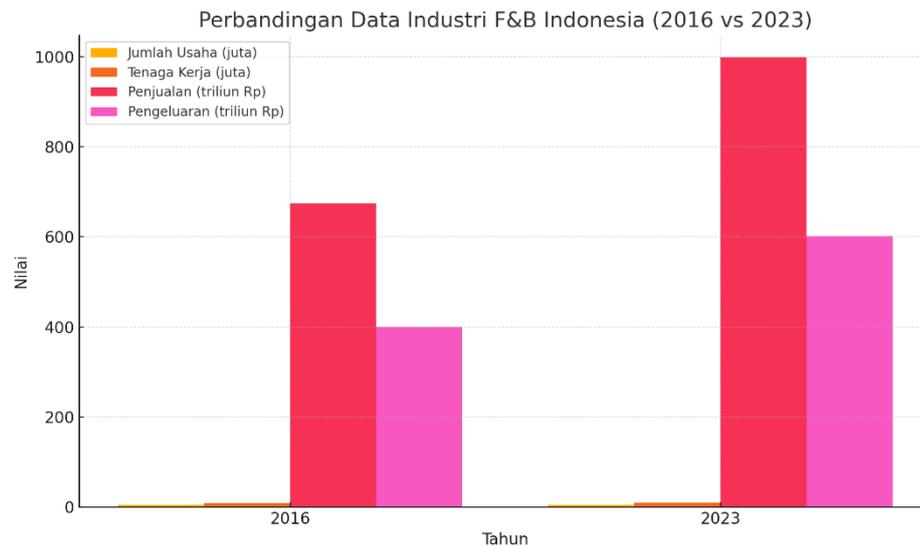


Gambar 1.1 Logo Brand Sari Murni

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Sebagai sebuah perusahaan PT Sari Murni Abadi telah memiliki salah satu merek yang paling dikenal di Indonesia yang telah mendapatkan penghargaan "Top Brand" di segmennya selama 10 tahun berturut-turut. Momogi, sebagai salah satu produk terlarisnya memiliki *brand awareness* yang kuat di pasar. Selain itu Operasi SMG dikategorikan menjadi 2 bisnis utama yang terdiri dari manufaktur dan distribusi makanan di kepulauan Indonesia. PT Sari Murni Abadi telah membangun jaringan distribusi yang solid dan luas untuk mendistribusikan produknya ke kota-kota besar di seluruh Indonesia melalui 150 sub distributor dan 30.000 *outlet* di 34 provinsi merambah gerai tradisional dan modern. Maka dari itu PT Sari Murni Abadi terus mempertahankan keberadaannya di Indonesia dengan menempatkan fasilitas manufakturnya secara optimal di titik-titik strategis. Lokasi

tersebut mampu menjangkau berbagai titik distribusi untuk menjual produk SMG di seluruh Indonesia.



Gambar 1.2 Diagram Data Industri F&B

Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Berikut adalah diagram yang menunjukkan perbandingan data industri F&B Indonesia antara tahun 2016 dan 2023, mencakup jumlah usaha, tenaga kerja, nilai penjualan, dan pengeluaran. Dapat dilihat bahwa industri F&B di Indonesia tetap akan menjadi industri yang terus berkembang.

Berdasarkan data yang sudah dijelaskan, ditentukan untuk membuat sebuah karya *corporate profile* berbentuk digital. Menurut Maimunah (2021), *corporate profile* adalah identitas resmi suatu lembaga atau perusahaan yang berperan penting dalam memperkenalkan perusahaan, membangun citra positif, serta memfasilitasi kerja sama dengan berbagai pihak, baik internal maupun eksternal. Karya ini dibuat dari hasil wawancara dengan *customer* secara langsung dan diskusi dengan mentor. Hasil wawancara menemukan bahwa PT Sari Murni Abadi sebagai *brand* belum cukup dikenal di masyarakat Indonesia, dari wawancara yang telah dilakukan di Pekan Raya Jakarta semua *customer* yang diwawancarai tidak tahu mengenai perusahaan Sari Murni Abadi. Banyak dari mereka hanya mengetahui *brand*

Momogi saja. Maka dari itu karya ini ingin melakukan peningkatan *brand awareness* PT Sari Murni Abadi yang dilakukan dengan cara membentuk sebuah *corporate profile*.

Menurut Duriyanto (2017) *brand awareness* adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu. Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Sari Murni Abadi belum memiliki *brand awareness* yang baik. Oleh karena itu harus ada peningkatan *brand awareness* dari perusahaan PT Sari Murni Abadi.

Pembuatan *corporate profile* PT Sari Murni Abadi dalam bentuk media digital diharapkan dapat membawa banyak manfaat penting untuk mendukung aktivitas bisnis dan komunikasi perusahaannya. Dengan memanfaatkan format digital, informasi tentang perusahaan dapat disampaikan secara lebih menarik, modern, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan, baik mitra bisnis, pelanggan, maupun calon investor. Media digital lebih fleksibel untuk diperbarui, sehingga perusahaan bisa terus menyampaikan informasi terkini tanpa harus memulai dari awal. Dengan hadirnya *corporate profile* digital ini, PT Sari Murni Abadi tidak hanya memperkuat citra dan kepercayaan publik, tetapi juga menunjukkan kesiapan untuk bersaing dan berkembang di era bisnis saat ini.

1.2 Tujuan Karya

Tujuan dalam perancangan *corporate profile* berbentuk digital ini adalah meningkatkan *brand awareness* PT Sari Murni Abadi melalui penyajian informasi perusahaan yang menarik, konsisten, dan mudah diakses, sehingga publik, mitra bisnis, serta calon pelanggan dapat mengenal lebih jauh identitas, nilai, serta keunggulan produk dan layanan yang ditawarkan perusahaan secara menyeluruh dan profesional.

1.3 Kegunaan Karya

Penulisan karya ini memiliki kegunaan akademis, praktis, dan sosial yang akan dijabarkan sebagai berikut:

1.3.1 Kegunaan Akademis

Karya ini memiliki kegunaan akademis sebagai alat mahasiswa untuk mempelajari lebih dalam bidang ilmu komunikasi terkait perancangan *corporate profile* menggunakan konsep yang relevan. Karya juga dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa yang ingin mempelajari mengenai proses pembuatan *corporate profile*.

1.3.2 Kegunaan Praktis

Karya ini memiliki kegunaan praktis sebagai alat untuk mengkomunikasikan identitas perusahaan kepada *customer* maupun calon klien. Selain itu karya ini juga dapat digunakan menjadi alat untuk memperkuat identitas perusahaan. Hal lain yang dapat dilakukan menggunakan karya ini adalah untuk melakukan kegiatan presentasi atau *pitching*.

1.3.3 Kegunaan Sosial

Dari sisi sosial *corporate profile* dapat memperkuat hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

