

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan Gumindo Bogamanis merupakan perusahaan *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG) yang didirikan oleh Adriadi Ang dan Nancy Kho pada tahun 1995. Pada tahun 2004, PT Gumindo Bogamanis mulai beroperasi secara penuh hingga saat ini.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Gumindo Bogamanis

Sumber: Website Perusahaan

Salah satu produk yang dimiliki oleh perusahaan Gumindo Bogamanis adalah Kuaci Rebo yang sudah tersebar di seluruh Indonesia. Kuaci Rebo adalah brand biji bunga matahari yang memiliki 4 kelebihan yaitu tinggi protein, tinggi serat, tinggi vitamin E, dan tinggi zat besi. Saat ini, Kuaci Rebo memiliki 7 varian rasa, yaitu *original, milk, green tea, salted caramel, coconut, café latte, dan cheese*. Produk Kuaci Rebo berhasil menjadi *market leader* dalam kategori snack kuaci biji bunga matahari di pasar modern.



Gambar 2.2 Logo Kuaci Rebo

Sumber: Website Perusahaan

2.1.1 Visi Misi

PT Gumindo Bogamanis sebagai market leader dalam kategori snack kuaci di Indonesia memiliki visi, misi dan nilai perusahaan sebagai berikut:

VISI

Menjadi perusahaan 10 besar di bidang FMCG yang dapat mendistribusikan produk makanan ringan dan minuman yang sehat dan berkualitas.

MISI

1. Dapat membangun kemitraan bisnis yang saling menguntungkan dengan pelanggan dan pemasuk.
2. Mewujudkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan cepat, tepat, dan prima sesuai kebutuhan pelanggan.
3. Melakukan perbaikan berkesinambungan dalam setiap proses bisnis yang lebih efektif, efisien, produktif, dan inovatif. Serta berkontribusi positif bagi perusahaan.
4. Melatih dan mengembangkan karyawan berdasarkan pada keunggulan perilaku kerja, keterampilan dan pengetahuan.
5. Mewujudkan peran nyata dalam aktivitas tanggung jawab social yang berorientasi pada budaya cinta lingkungan hijau.

VALUE PERUSAHAAN

1. *Result*

Menghasilkan hasil kerja yang berdampak positif dan nilai tambah bagi pertumbuhan bisnis.

2. *Innovation*

Berani mengungkapkan dan mengimplementasikan ide perbaikan di wilayah kerja masing-masing.

3. *Good Impact*

Berorientasi pada dampak positif yang dapat dihasilkan dalam kegiatan apapun.

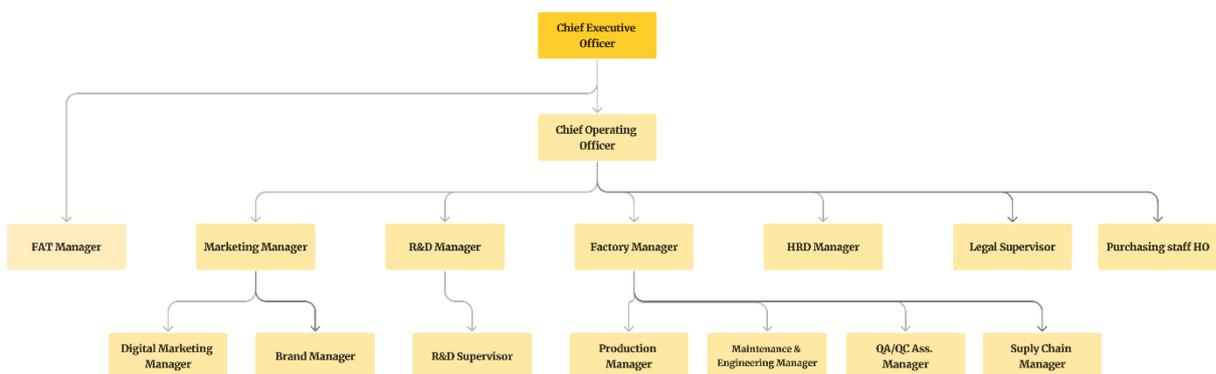
4. *Honesty*

Menjunjung tinggi integritas pribadi sebagai komponen dari integritas perusahaan untuk membangun kepercayaan dari pihak lain.

5. *Teamwork*

Memahami sepenuhnya bahwa setiap orang memiliki bakat masing-masing yang dapat digunakan untuk membantu pencapaian tujuan perusahaan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Gumindo Bogamanis

Sumber: Data Perusahaan Gumindo Bogamanis 2023

Gambar diatas merupakan struktur perusahaan PT Gumindo Bogamanis. Terdapat 7 departemen yang bertugas dalam kegiatan operasional dan di dalamnya dipimpin oleh seorang manager sebagai berikut:

a. Finance and Tax

Tim *Finance and Tax* dipimpin oleh Ibu Rifka. Tugas dari tim *Finance and Tax* adalah bertanggung jawab dalam pengawasan seluruh kegiatan administrasi dan finansial perusahaan, mengelola dan melaporkan proses pajak perusahaan, dan mengatur dan mengawasi laporan laba dan rugi.

b. Marketing

Tim *Marketing* dipimpin oleh Bapak Andrew Octavianus. Tugas dari tim *Marketing* adalah bertanggung jawab untuk merancang dan mengelola kampanye seperti periklanan, menganalisis pasar dan kompetitor, menjaga hubungan dengan pelanggan, dan membuat pelaporan dari hasil data kampanye atau media sosial.

c. Research and Development

Tim *Research and Development* dipimpin oleh Ibu Adel. Tugas dari tim *Research and Development* adalah melakukan riset pasar, melakukan pengembangan produk dan memperbaiki kualitas produk, dan memastikan kualitas produk tetap terjaga dari bahan baku sampai ke kemasan produk.

d. Factory

Tim *Factory* dipimpin oleh Ibu Maya Saroh. Tugas dari tim *Factory* adalah memastikan kualitas produk Kuaci Rebo tetap terjaga, Memastikan bahan baku dan alat produksi dalam keadaan layak, Menyusun regulasi dan prosedur pabrik untuk meningkatkan keamanan, dan mengoptimasikan biaya pengeluaran.

e. Human Resource Development

Tim *Human Resource Development* dipimpin oleh Bapak Luis Handoko Tjahyadi. Tugas dari tim *Human Resource Development* adalah bertanggung jawab pada proses rekrutmen perusahaan, memastikan calon dan karyawan sesuai memiliki visi misi yang sejalan dengan perusahaan, melakukan pelatihan untuk karyawan untuk meningkatkan potensi, merancang kebijakan perusahaan, dan memastikan seluruh aturan sesuai dengan peraturan pemerintahan yaitu undang-undang ketenagakerjaan.

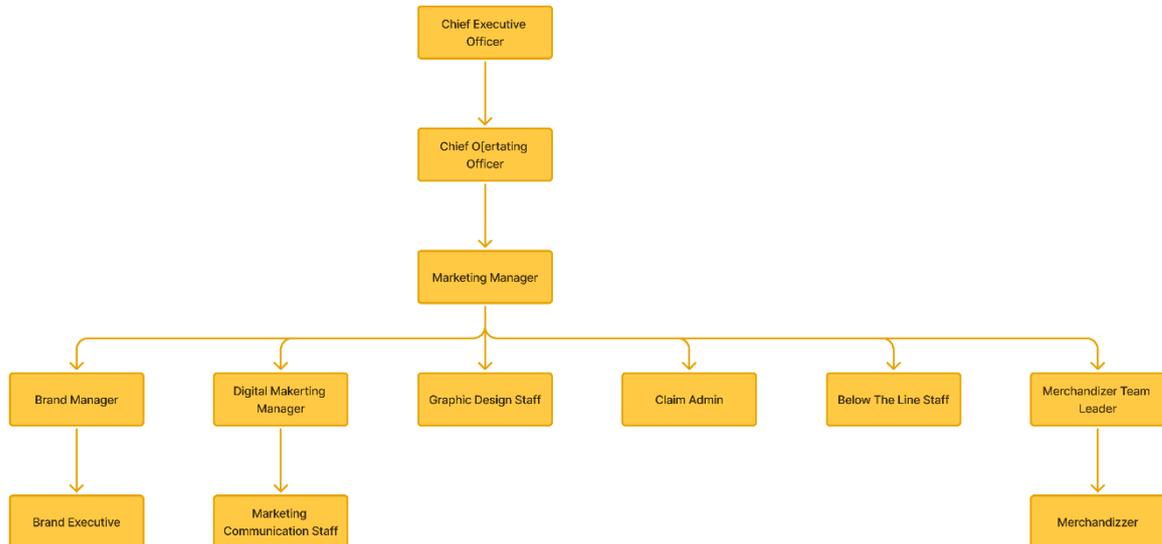
f. Legal Supervisor

Tim *Legal Supervisor* dipimpin oleh Bapak Steven Nicholas. Tugas dari tim *Legal Supervisor* adalah bertanggung jawab dalam mengurus berbagai perizinan perusahaan, mengelola dan memeriksa berbagai macam dokumen penting perusahaan, dan mengawasi segala macam bentuk hukum dan peraturan perusahaan agar sesuai dan sejalan dengan undang-undang negara.

g. Purchasing Staff Head Office

Tim *Purchasing Staff Head Office* dipimpin oleh Ibu Yuri. Tugas dari tim *Purchasing Staff Head Office* adalah bertanggung jawab dalam pengurusan permintaan keperluan dari departemen lain, memastikan semua keperluan barang berkualitas, dan mengatur dokumen seperti surat jalan dan faktur terstruktur dengan baik.

2.3 Struktur Divisi Terkait



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Marketing Team PT Gumindo Bogamanis

Sumber: Data Perusahaan Gumindo Bogamanis 2023

Struktur diatas merupakan struktur divisi dari penulis, dimana departemen *Marketing* dipimpin oleh Bapak Andrew Octavianus. Dibawah pimpinan Bapak Andrew, terdapat divisi-divisi yang membantu proses segala bentuk kegiatan *Marketing* di PT Gumindo Bogamanis yang terdiri dari *Brand Manager*, *Digital Marketing Manager*, *Graphic Design Staff*, *Claim Admin*, *Below the Line Staff*, dan *Merchandizer Team Leader*.

a. *Brand Manager*

Brand Manager bertanggung jawab dalam perencanaan kegiatan marketing agar aktivitas penjualan produk dapat berjalan dengan stabil dan mengalami peningkatan, melakukan perencanaan kampanye pemasaran, dan memastikan informasi promosi yang disebarluaskan dalam berbagai macam media berjalan dengan lancar.

b. Brand Executive

Brand Executive memiliki tanggung jawab yang sama dengan Brand Manager, yaitu memastikan penjualan produk dapat terus mengalami peningkatan, mengeksekusi perencanaan kampanye pemasaran, dan menyebarkan informasi promosi ke media massa dan media sosial perusahaan secara jelas melalui konten promosi.

c. Digital Marketing Manager

Digital Marketing Manager memiliki tanggung jawab untuk memantau konten-konten yang didistribusikan sudah sesuai dengan perencanaan awal dan *key message* yang disusun, memantau performa media sosial yang dibuat oleh *Content Creator*, dan mengontrol penuh program *Digital Marketing* untuk meningkatkan *awareness* produk.

d. Marketing Communication Staff

Marketing Communication Staff memiliki tanggung jawab dalam perencanaan konten dan mendistribusikan konten ke media sosial, memastikan perencanaan konten sudah sejalan dengan pesan yang ingin disampaikan, menjalin hubungan dengan *followers* di media sosial perusahaan, dan berhubungan langsung dengan tim *Graphic Design Staff* untuk keperluan aset-aset visual dalam pembuatan konten. Penulis menjalankan tugasnya sebagai *Content Creator Intern* dalam divisi *Marketing Communication* dan melaporkan *daily task* kepada Ibu Rani yang menjabat sebagai *Senior Brand Executive* dan *Supervisor* penulis .

e. Graphic Design Staff

Graphic Design Staff memiliki tanggung jawab dalam seluruh pembuatan aset visual yang diperlukan oleh divisi lain, memastikan aset visual yang dibuat dapat menarik perhatian audiens, dan meng-*edit* keperluan konten video promosi, seperti *motion graphic*, *stop-motion*, dan video iklan.

f. Claim Admin

Claim Admin memiliki tanggung jawab dalam mengontrol klaim tagihan sesuai dengan ketentuan, melakukan *follow-up* untuk tagihan pajak yang belum terdata, dan bekerja dengan *Tax Staff* dalam penyerahan faktur pajak agar dapat dikreditkan sesuai dengan Rencana Program Promosi (RPP) yang diberikan oleh *Brand Executive*.

g. Below The Line Staff

Below The Line Staff memiliki tanggung jawab dalam mengimplementasikan perencanaan pemasaran, bekerja dengan divisi *Digital Marketing* dan *Brand* untuk memastikan aktivitas pemasaran dapat meningkat, merencanakan aktivitas *event* dan menyusun *brief* dan *Point of Sales Materials* (POSM).

h. Merchandizer Team Leader

Merchandizer Team Leader memiliki tanggung jawab penuh dalam mengkoordinasikan stock produk dan tanggal kadaluarsa produk yang ada di pabrik, memastikan *stock* yang ada di pasar selalu terjaga, memastikan display produk di pasar mudah dilihat oleh pembeli, menjalin langsung hubungan dengan mitra perusahaan, dan memimpin evaluasi tim.

i. Merchandizer

Merchandizer memiliki tanggung jawab yang sama dengan *Merchandizer Team Leader* yaitu membuat *purchase order* (PO) kepada mitra agar stok produk tetap terjaga, menjaga stok produk dan memantau tanggal kadaluarsa di pabrik, dan memastikan produk yang ada di toko dapat dilihat dengan mudah oleh calon pembeli.