

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN



Gambar 2.1 Logo Perusahaan *Mukura Ceramics*

Sumber: *Website Official Mukura*

#### 2.1 Tentang Mukura Ceramics

*Mukura Ceramics* adalah sebuah perusahaan industri keramik yang berkantor pusat di Kelapa Gading. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1985 dengan harapan untuk meningkatkan kesejahteraan pengrajin keramik di Indonesia. Mukura awalnya merupakan pabrik keramik yang memproduksi produk untuk berbagai merk lokal maupun internasional, sebelum akhirnya fokus membangun *brand* sendiri yang berbasis pada inovasi dan keberlanjutan. Kemudian pada tahun 2017, Mukura mendapatkan dorongan melalui kepemimpinan baru serta perkembangan internal yang terencana untuk berfokus pada produksi *building materials* secara berkelanjutan dengan tujuan mencapai *Sustainable Development Goals* (SDG) ke-11, yaitu kota dan permukiman yang inklusif, aman, tangguh, dan berkelanjutan.

Perusahaan Mukura memproduksi roster sebagai produk utama yang terbuat dari material keramik granit. Material ini memiliki keunggulan dalam kualitas yang diberikan karena roster granit memiliki lapisan glasur yang tahan lama, anti lumutan, dan mencegah air hujan masuk ke dalam rumah (anti tampias) serta proses

produksinya yang *eco-friendly*. Dengan kualitas material ini, *Mukura Ceramics* telah lama memproduksi bahan keramik granit berkualitas Internasional yang sudah tersertifikasi oleh Standar Nasional Indonesia (SNI) dan *International Organization for Standardization* (ISO).

Produk roster ini telah memenangkan berbagai penghargaan tingkat internasional seperti *Good Design Award* 2018 dan *Good Design Indonesia Best* 2018 untuk roster *Designer's Collection* tipe *Dashdot*, *Good Design Selection Best* 2021 dengan tipe *BYOND*, *iF Design Award* 2021 dengan Roster tipe *Ping & Pong*, dan *Taiwan Prime Gold Award* 2021. Mukura sudah bekerja sama dengan *brand-brand* ternama seperti *Sinarmas*, *JHL Collections*, *Matahari*, dan *Starbucks*. Mukura juga telah mendistribusikan produknya secara ekspor ke seluruh Indonesia dan berbagai negara, seperti Taiwan, Hongkong, dan Italia.



Gambar 2.2 Distribusi Ekspor Mukura

Sumber: *Company Profile Mukura* (2025)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2.2 Visi & Misi Perusahaan

Mukura Ceramics memiliki visi dan misi sebagai berikut:

### Visi

Berperan sebagai pelopor material bangunan keramik berkelanjutan yang tidak hanya estetis dan fungsional, tapi juga mendukung efisiensi energi dan bertanggung jawab terhadap lingkungan, sekaligus memberdayakan keterampilan dan kesejahteraan pengrajin keramik Indonesia.

### Misi

1. Mengembangkan material bangunan keramik yang mendukung arsitektur berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat serta berkontribusi pada pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDG) ke-11: kota dan permukiman yang inklusif, aman, tangguh, dan berkelanjutan.
2. Memberdayakan pengrajin keramik Indonesia melalui produksi yang adil, pengembangan keterampilan dan kemitraan jangka panjang.
3. Menginspirasi apresiasi global terhadap kerajinan keramik buatan Indonesia dengan perpaduan desain unggul dengan dampak sosial.

## 2.3 Nilai Perusahaan

Mukura Ceramics memiliki 3 nilai yang mencerminkan perusahaan, yaitu:

1. *Ownership* :  
Setiap karyawan memiliki rasa kepemilikan terhadap perusahaan. Dalam setiap pekerjaan, individu selalu mempertimbangkan apa yang terbaik yang dapat diberikan jika perusahaan adalah milik individu. Nilai ini mendorong kontribusi optimal setiap hari, sehingga setiap karyawan menjadi versi terbaik.
2. *Collaboration* :  
Pentingnya kerja sama antar karyawan dalam membangun perusahaan sekaligus mengembangkan diri masing-masing karyawan untuk menciptakan lingkungan produktif.

### 3. *Integrity* :

Setiap tindakan yang dilakukan selaras dengan hati nurani. Nilai integritas berarti mengerjakan hal dengan benar, bahkan saat tidak ada yang mengawasi untuk menciptakan suasana kerja yang penuh rasa saling percaya, agar setiap individu merasa dihargai dan dipercaya sepenuhnya.

## 2.4 Struktur Organisasi Mukura Ceramics

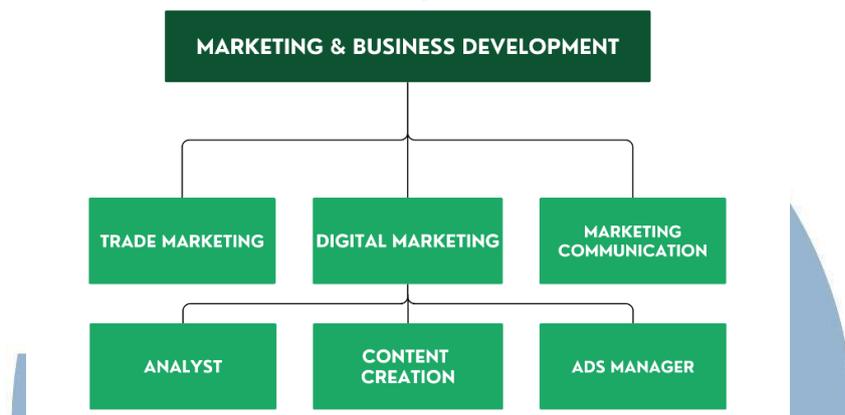
Dalam menyusun strategi pemasaran dan mendorong pertumbuhan *brand* di pasar lokal dan internasional, Mukura memiliki struktur organisasi yang berada di bawah naungan *Chief Marketing Officer* sebagai berikut:



Gambar 2.3 Struktur *Department Marketing Mukura Ceramics*

Struktur diatas merupakan gambaran dari susunan posisi pada setiap sub-divisi utama di dalam Departemen *Marketing* yang mencakupi *Sales*, *Marketing & Business Development*, dan *Customer Relations*. Pada struktur ini, terdapat divisi yang relevan dengan kebutuhan pemegang dalam melakukan praktik kerjanya, yaitu di posisi *Marketing & Business Development* dengan struktur berikut:

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 2.4 Struktur Departemen *Marketing & Business Development*

Departemen *Marketing & Business Development* dibagi menjadi 3 sub-divisi yang terdiri dari *Trade Marketing*, *Marketing Communication*, dan *Digital Marketing*. Dan dibawah *Digital Marketing* terdapat divisi lainnya yaitu *Analyst*, *Content Creation*, dan *Ads Manager*. Pemegang berada di sub-divisi *Content Creation* di bawah naungan *Digital Marketing* dengan *job description* dimulai dari penulisan ide-ide konten, penulisan skrip video sampai dengan produksi video konten. Divisi *Content Creation* memiliki tujuan untuk menciptakan konten-konten video menarik untuk melakukan komunikasi *brand* Mukura kepada publik, serta mengubah persepsi yang dimiliki oleh publik terhadap Mukura.

