

BAB II

GAMBARAN UMUM PT CIPTA MORTAR UTAMA

2.1 Tentang PT Cipta Mortar Utama

PT Cipta Mortar Utama adalah perusahaan nasional terdepan yang memproduksi mortar siap pakai dengan menggunakan teknologi modern. PT Cipta Mortar Utama memiliki komitmen bahwa tidak hanya terbatas pada kualitas produk, tetapi juga pada keberlanjutan lingkungan. Komitmen ini terlihat dari distribusi pekerjaan PT Cipta Mortar Utama di seluruh Indonesia, di mana dari 10 gedung ramah lingkungan (*green building*) di Indonesia menggunakan material dari Mortar Utama.

Sebagai bagian dari komunitas global Grup Saint-Gobain, PT Cipta Mortar Utama terus mengembangkan solusi inovatif untuk mewujudkan visi dan misi Saint-Gobain, yaitu *“Making The World a Better Home”*. PT Cipta Mortar Utama berusaha untuk mewujudkannya melalui setiap aspek operasi yang diciptakan.



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan PT Cipta Mortar Utama

2.2 Visi Misi PT Cipta Mortar Utama

PT Cipta Mortar Utama sebagai salah satu produsen bahan industri terbesar di dunia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

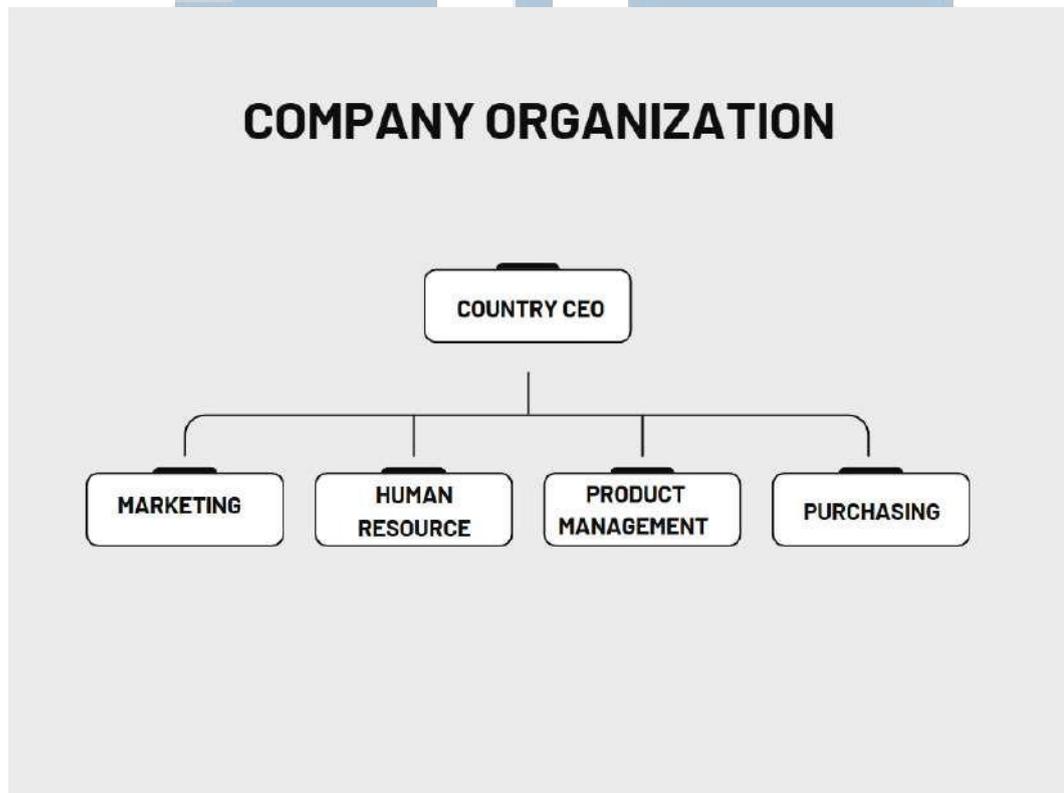
“Be the worldwide leader in light and sustainable construction improving daily life through high-performance solutions”

MISI

“Making The World a Better Home”

2.3 Struktur Organisasi PT Cipta Mortar Utama

PT Cipta Mortar Utama adalah produsen mortar siap pakai terbesar di Indonesia yang telah berusia lebih dari 20 tahun. PT Cipta Mortar Utama telah beroperasi sejak 1996 meliputi produktivitas maksimal dan memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Cipta Mortar Utama Saint-Gobain
Sumber: Data Perusahaan 2025

Perusahaan dalam struktur ini dipimpin oleh Ivana Ijaya seorang Country CEO yang berfungsi sebagai pemimpin tertinggi yang bertanggung jawab atas keseluruhan kinerja perusahaan di tingkat nasional. Di bawah CEO, terdapat empat divisi utama:

A. Marketing

Divisi ini Dipimpin oleh Apsara Herman sebagai *Marketing Director*, lalu Dhini Duta Mirzani sebagai *General Manager*, Nadhila Khairina Isnan

sebagai *Manager* lalu diikuti dengan tim yang berisikan Muhammad Azzam, Vhiqy Dulamayo, Merrie Ivana Uktolseja. Memiliki tanggung jawab atas semua aktivitas pemasaran perusahaan, termasuk periklanan, promosi, riset pasar, pengelolaan merek, serta pengembangan strategi komunikasi pemasaran.

B. Human Resource (HR)

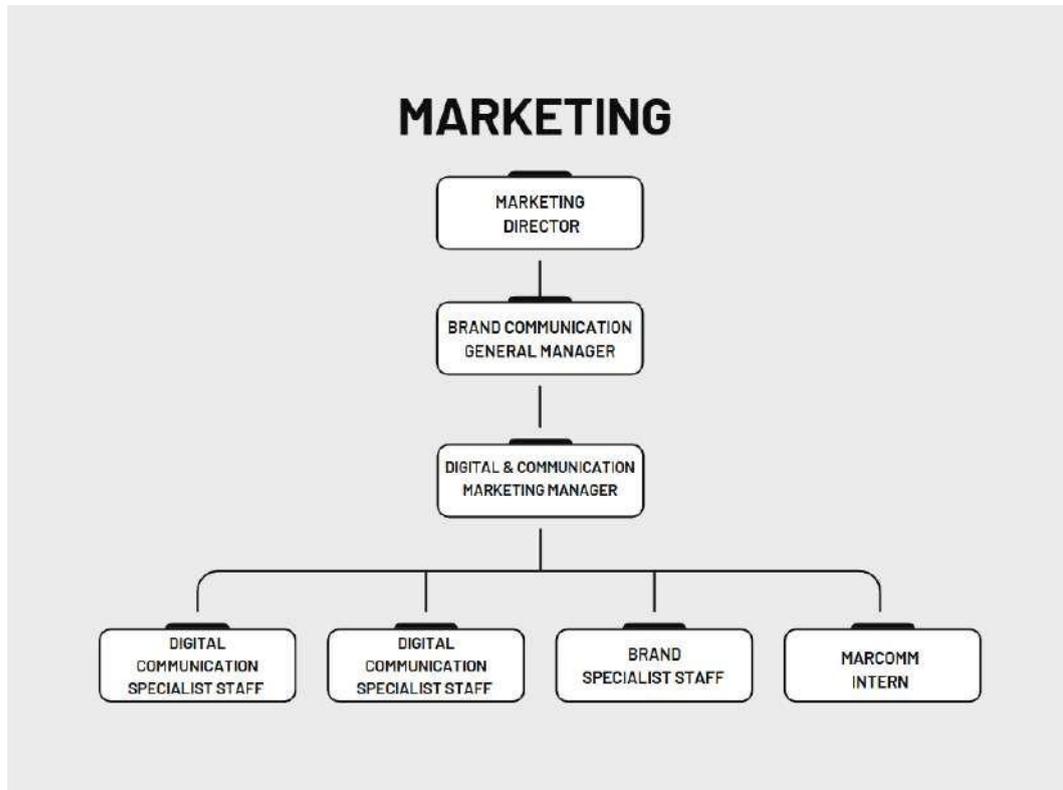
Divisi ini dipimpin oleh Dona Rivai sebagai *HR Director*, Daruretno Setyoningrum *HR Senior Manager*, Melati Adjani sebagai *Assistant Manager Recruiter*. Fokus utama divisi ini berkisar pada manajemen sumber daya manusia, mulai dari proses rekrutmen, pelatihan dan pengembangan, penggajian, hingga hubungan karyawan. HR berperan penting dalam membentuk budaya kerja dan memastikan ketersediaan talenta yang sesuai di setiap lini organisasi.

C. *Product Management*

Divisi ini dipimpin oleh Muhammad Yanuar Ardi Prasetyo sebagai *Senior Manager* yang bertanggung jawab mengelola seluruh siklus produk, lalu Christina Pujima, dan Ivan Ramadhan sebagai *Product Manager*. Divisi ini melakukan perencanaan, pengembangan, hingga evaluasi pasca peluncuran. Fokus utama divisi ini adalah memastikan bahwa setiap produk yang dikembangkan selaras dengan kebutuhan pasar, tren industri, dan strategi perusahaan.

D. Purchasing

Divisi ini dipimpin oleh Daisy Widiari sebagai *Director Purchasing*, Ridwan Sebastian sebagai *Senior Manager Purchasing*, Okta Firna *Purchasing Supervisor*. Divisi ini bertanggung jawab atas pengadaan barang dan jasa yang dibutuhkan perusahaan, termasuk pemilihan vendor, negosiasi harga, dan pengelolaan kontrak. Divisi ini juga memastikan ketersediaan bahan baku dan perlengkapan operasional dengan kualitas dan biaya terbaik sesuai kebutuhan perusahaan.



Gambar 2. 3 Struktur *Departemen Marketing Communication* PT Cipta Mortar Utama

Sumber: Data Perusahaan 2025

Departemen *Marketing Communication* bertanggung jawab terhadap pembuatan *brand activation*, pemasaran, komunikasi publik mulai dari perencanaan dan strategi sampai dengan tahapan eksekusi dan supervisi. Berikut masing-masing *job description* posisi pada Departemen *Marketing Communication* dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. *Marketing Director*

Posisi ini diduduki oleh Apsara Herman, melakukan perencanaan dan gambaran besar strategi dalam proses pemasaran dan menjadi sumber referensi dalam seluruh departemen.

B. *Brand Communication General Manager*

Posisi ini diduduki oleh Dhini Duta Mirzani, melakukan perencanaan *brand activation* dan gambaran besar strategi dalam proses kreatif, pemasaran, serta komunikasi ke publik.

C. *Digital & Communication Marketing Manager*

Posisi ini diduduki oleh Nadhila Khairina Isnan, bertugas dalam merealisasikan dari perencanaan pemasaran yang ada.

D. *Digital Communication Specialist Staff*

Posisi ini diduduki oleh Muhammad Azzam Abdulloh dan Vhiqy Dulamayo, bertugas untuk mendesain kebutuhan pemasaran seperti POSM, katalog, iklan, poster. Guna tersampainya komunikasi pemasaran ke publik dengan efektif.

E. *Brand Specialist Staff*

Posisi ini diduduki oleh Merrie Ivana Uktolseja, bertanggung jawab atas segala kebutuhan pemasaran.

F. *Marketing Intern*

Posisi ini diduduki oleh penulis, Lulu Zahira yang bertanggung jawab atas membantu segala kebutuhan yang dimiliki dalam proyek pemasaran khususnya *copywriting*.

