

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Yupi Indo Jelly Gum adalah salah satu perusahaan manufaktur permen *gummy* di Indonesia sejak tahun 1996 dengan bergabung bersama *brand gummy* terkenal pada saat itu. Setahun kemudian, Yupi mulai melakukan ekspansi *market* diikuti dengan perkembangan produk *gummy* dan produk-produk permen serupa yang semakin pesat. Hingga saat ini, Yupi telah berhasil melakukan ekspansi *market* secara global ke lebih dari 50 negara di Asia, Amerika Utara, Eropa, Australia, dan Timur Tengah.



Gambar 2.1 Logo Yupi
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Yupi sudah memiliki lebih dari 60 *Stock Keeping Unit* (SKU) produk yang didistribusikan secara luas di pasar domestik dan internasional (Hamidah, 2025). Sebagai produsen *gummy candy* terbesar di Indonesia, kekenyalan merupakan ciri khas utama yang harus dimiliki. Maka dari itu, semua produk Yupi mengandung gelatin sapi sebagai bahan utama produk. Selain itu, Yupi juga tidak menggunakan pemanis dan pewarna buatan yang dapat membahayakan konsumen.

Walaupun telah menjadi pemimpin pasar permen nomor 1 di Indonesia, Yupi terus berinovasi untuk mempertahankan prestasi tersebut. Dalam pasar internasional, Yupi telah menjadi *market leader* di ASEAN dan menjadi salah satu *brand* terbesar di Asia dalam kategori permen *gummy*. Hal ini juga dibuktikan dari beberapa negara yang menjadi fokus utama Yupi yang telah

mencapai TOP 1 dalam kategori *gummy candy brand* di Thailand dan meraih posisi TOP 2 di Malaysia dalam kategori serupa.

Dalam departemen International Business, Thailand merupakan negara paling diprioritaskan oleh Yupi. Maka dari itu, seluruh hasil pembuatan dan pengembangan produk baru akan dipasarkan terlebih dahulu di Thailand. Hal ini dikarenakan Yupi sudah lama memasuki *market* Thailand serta hubungan antara Yupi dan distributor yang berlangsung sangat baik. Inovasi-inovasi tersebut berupa bentuk produk yang beragam dan unik mulai dari buah-buahan hingga makanan, rasa yang beragam terutama rasa buah, ukuran produk tertentu yang hampir sama dengan ukuran asli seperti Jumbo Burger sehingga menawarkan pengalaman dan sensasi yang berbeda dibandingkan *gummy candy* lainnya, dan sebagainya.

Selain *gummy* yang menjadi fokus utama, Yupi juga memiliki berbagai kategori permen yang berbeda seperti *marshmallow*, *extruder*, dan *bolicious*. *Marshmallow* adalah camilan kenyal dan empuk seperti bantal yang terbuat dari gula, sirup jagung air, dan gelatin (Widyanti, 2025). Di kategori ini, Yupi memiliki produk *marshmallow* bernama Mallows, yaitu *mini marshmallow* warna warni rasa markisa yang baru saja diluncurkan pada awal tahun 2025.

Extruder adalah salah satu kategori permen yang memiliki ciri produk yang khas, yaitu berbentuk memanjang dan menawarkan berbagai variasi warna yang berbeda dalam satu produk yang sama. Pada umumnya, ada dua jenis *extruder*, yaitu berbentuk memanjang, persegi panjang, dan tipis seperti produk Yupi Sour Bonz dan *extruder filled stick* dimana produk yang dihasilkan berbentuk tabung yang memanjang dengan isian di tengahnya seperti produk Yupi Chop Chop. Meskipun Yupi memiliki kemampuan untuk membuat kategori ini, *extruder* bukanlah menjadi fokus utama Yupi sehingga jumlah SKU produk yang dipasarkan relatif terbatas.

Terakhir, Yupi juga memiliki kategori *bolicious*. *Bolicious* adalah salah satu produk Yupi yang berbentuk bola dengan tekstur yang kenyal dan memiliki rasa buah-buahan seperti *strawberry*, *blackberry*, leci, dan sebagainya.

Keunikan dari produk ini adalah lapisan luar produk yang berasal dari kolagen transparan sehingga aman untuk dikonsumsi. Selain itu, produk ini juga memiliki kandungan yang sehat seperti vitamin C dan mengandung 20% jus buah sesuai dengan varian rasa produk.

Selain menjalankan bisnis secara *Business to Consumer* (B2C), Yupi juga menyediakan layanan *Business to Business* (B2B), yaitu *Original Equipment Manufacturer* (OEM). *Original Equipment Manufacturer* adalah sebuah perusahaan yang memproduksi komponen atau barang yang akan dijual kepada perusahaan lainnya (Aurellia, 2022). Dalam konteks ini, Yupi juga memproduksi produk-produk *gummy candy* untuk berbagai *brand* terkemuka seperti Chupa Chups, QQ, dan sebagainya. Tidak hanya memproduksi produk *brand* lain, PT Yupi Indo Jelly Gum juga membantu dalam proses pengiriman ke negara-negara tertentu.

2.2 Visi Misi Perusahaan

Sebagai perusahaan yang sudah memperluas distribusi ke pasar global, PT Yupi Indo Jelly Gum memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi:

Bertekad untuk menciptakan kegembiraan melalui produk permen berkualitas terbaik, inovatif, *playful* serta lebih sehat di mana saja kapan saja.

Misi:

Menjadi salah satu dari 3 TOP perusahaan di kategori permen di Asia Tenggara, menjadi tempat bekerja yang baik yang membawa inovasi di kategori ini, dan memiliki distribusi yang terbaik di kategori *soft candy*.

2.3 Nilai Perusahaan

PT Yupi Indo Jelly Gum juga memiliki nilai-nilai inti yang menjadi landasan budaya perusahaan yang disingkat menjadi satu, yaitu CRITIC. Berikut adalah penjabaran untuk masing-masing nilai:

1) *Consumer Satisfaction*

Dalam nilai ini, PT Yupi Indo Jelly Gum selalu menempatkan kebutuhan, keinginan, dan kepuasan konsumen sebagai tujuan akhir dengan memberikan produk dan langganan yang unggul.

2) *Relationship*

Perusahaan selalu memelihara hubungan kerja sama yang bersih, saling menghormati, dan saling menguntungkan dengan para *stakeholders* seperti agen, pembeli, *supplier*, dan sebagainya.

3) *Integrity*

PT Yupi Indo Jelly Gum memegang teguh kebenaran, kejujuran, etika, moral, dan akuntabilitas serta melaksanakannya secara konsisten dan penuh tanggung jawab.

4) *Teamwork*

Para pekerja saling bekerja sama untuk tujuan yang lebih besar, saling memberikan dukungan, saling menghormati pendapat satu sama lain, dan menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan.

5) *Innovation*

PT Yupi Indo Jelly Gum selalu berkomitmen untuk menciptakan produk-produk yang inovatif dan mencari cara atau solusi yang lebih baik dalam setiap pekerjaannya.

6) *Continuous Improvement*

Terakhir, perusahaan juga selalu berusaha untuk memperbaiki kualitas, produktivitas, efisiensi, dan keberlanjutan secara berkesinambungan.

2.4 Tanggung Jawab Perusahaan

Seiring dengan pertumbuhan PT Yupi Indo Jelly Gum yang semakin pesat, tanggung jawab perusahaan juga semakin besar. Tanggung jawab ini mencakup beberapa aspek, diantaranya:

1) Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan

PT Yupi Jelly Gum telah membuat beberapa fasilitas sebagai tanggung jawab mereka terhadap lingkungan di sekitar pabrik seperti fasilitas pengelolaan air berkelanjutan dan ramah lingkungan, kolam penampungan hasil pengelolaan air limbah, sumur imbuhan, sumur resapan air, instalasi pemanfaatan air hujan, dan ruang terbuka hijau sebagai wujud dalam pelestarian lingkungan.

2) Tanggung Jawab Terhadap Tenaga Kerja

Tanggung jawab PT Yupi Indo Jelly Gum terhadap tenaga kerja dapat dilihat dari kegiatan pelatihan keselamatan dan kesehatan kerja (K3), pelatihan pemadam kebakaran, pelatihan pengembangan karyawan, hingga kegiatan donor darah yang rutin dilakukan setiap 3 bulan.

3) Tanggung Jawab Terhadap Masyarakat

Perusahaan juga memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan berupa suplai air bersih, bantuan listrik ke desa, peningkatan fasilitas kesehatan masyarakat dan sanitasi, dan sebagainya.

4) Tanggung Jawab Terhadap Kualitas Produk

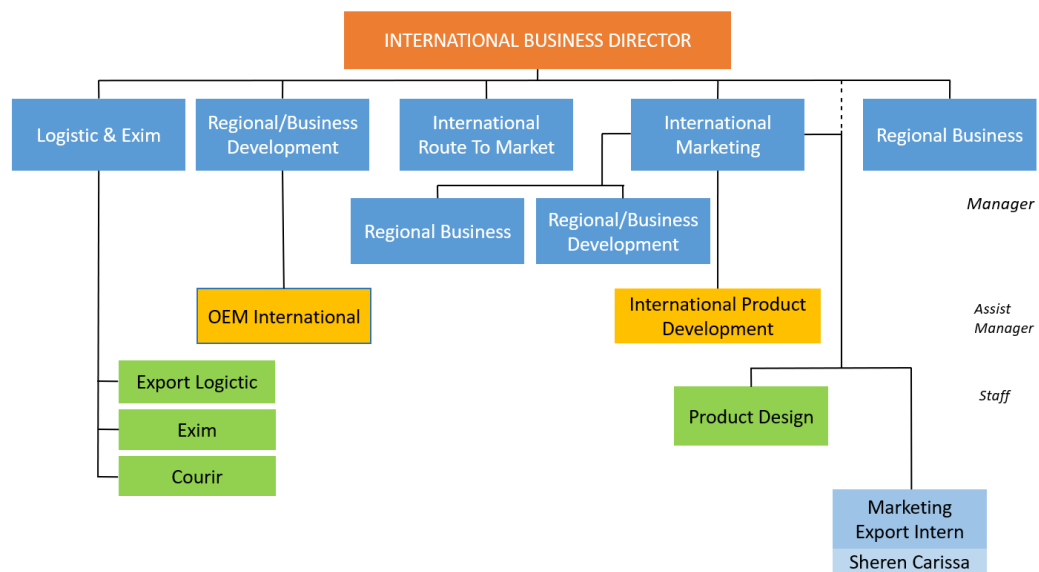
Terakhir, tanggung jawab terhadap produk dijalankan dengan memastikan efisiensi produksi, keamanan kerja, serta mempertahankan standar mutu dan kualitas seluruh produk. PT Yupi Indo Jelly Gum juga menerapkan prinsip-prinsip *Lean Manufacturing* dan *Total Productive Maintenance* (TPM) dengan berfokus dalam pengoptimalan proses produksi. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi waktu serta biaya operasional.

Selain itu, sebagai bukti komitmennya terhadap kualitas produk, Yupi memiliki beberapa sertifikasi nasional dan internasional ternama sesuai dengan kebutuhan dan ketentuan negara-negara tertentu seperti sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), dan Badan Pengawas

Obat dan Makanan (BPOM), sertifikasi BRC Grade A, Food Safety Management ISO 22000:2018, Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP), GulfTIC (sertifikasi halal khusus Timur Tengah), Korean Food & Drug Administration (KFDA), dan Good Manufacturing Practices (GMP).

2.5 Struktur Perusahaan PT Yupi Indo Jelly Gum

Untuk memastikan kelancaran operasional bisnis, dibutuhkan struktural perusahaan yang matang dan menjalankan peran pentingnya masing-masing. Berikut adalah struktur perusahaan dari PT Yupi Indo Jelly Gum di departemen International Business:



Gambar 2.2 Struktur Perusahaan
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Dalam PT Indo Jelly Gum khususnya di departemen International Business, terdapat 4 divisi, yaitu logistik dan exim (ekspor-impor), *sales*, *marketing*, dan *product design*. Berikut adalah penjabaran dari masing-masing divisi:

- 1) Divisi Logistik dan Exim (Ekspor-Import)

Divisi ini bertanggung jawab atas seluruh dokumen mulai dari proses penerimaan pemesanan produk baik produk Yupi maupun OEM dari distributor, memesan kapal, hingga pengiriman produk untuk distribusi pasar internasional melalui jalur laut. Divisi ini juga harus memastikan ketersediaan produk sesuai dengan waktu pengiriman.

2) *Divisi Sales*

Divisi ini memiliki fokus dalam menjual produk-produk Yupi kepada para distributor di negara-negara yang menjadi tanggung jawab pendistribusiannya. Selain itu, apabila Yupi memiliki produk-produk baru maka mereka juga berperan dalam memperkenalkan produk tersebut kepada para distributor. Para *sales* juga bertanggung jawab dalam memantau pergerakan *market* khususnya harga dan produk baru kompetitor dengan cara melakukan kunjungan ke berbagai negara pendistribusiannya. Maka dari itu, mereka dapat memberikan harga terbaik atau bahkan memberikan promo-promo khusus untuk bersaing sehingga konsumen tetap memilih Yupi. Pada gambar diatas, posisi *sales* berada pada jabatan *Regional Business Manager* dan *International Route to Market Manager*.

3) *Divisi Marketing*

Divisi ini bertanggung jawab dalam segi pemasaran khususnya menciptakan produk-produk baru yang akan dipasarkan sesuai dengan perkembangan *market* dan *trend*. Divisi ini juga berhubungan erat dengan berbagai divisi lain yang ada di pabrik seperti Divisi *Research and Development* (RnD) serta mencari solusi atas produk yang mengalami masalah atau keterbatasan dalam segi produksi. Selain membuat produk baru, divisi ini juga bertugas dalam menyusun presentasi produk baru dengan menonjolkan keunikan dari setiap produknya. Presentasi ini akan disampaikan kepada para distributor dan memiliki peran krusial dalam menentukan keberhasilan produk memasuki pangsa pasar.

4) *Divisi Product Design*

Divisi ini bertanggung jawab atas membuat visualisasi dan finalisasi desain baik dalam 2D maupun 3D khususnya untuk desain kemasan produk sesuai dengan *brief* dan referensi yang diberikan oleh Divisi *Marketing*. Selain itu, divisi ini juga bertanggung jawab melakukan *Proof Print On Spot* (PPOS) untuk memastikan akurasi warna dan kualitas cetakan sebelum melakukan produksi massal.

2.6 Ruang Lingkup Divisi

Marketing sebagai salah satu divisi yang ada di PT Yupi Indo Jelly Gum memiliki peran yang sangat penting dalam memperkenalkan dan mengembangkan produk-produk baru ke pasar global. Dalam hal ini, divisi *marketing* melakukan berbagai kolaborasi dengan para karyawan yang tersebar di berbagai lokasi baik di dalam negeri seperti pihak pabrik maupun pihak-pihak di luar negeri seperti distributor.



Gambar 2.3 Struktur Sub-Departemen Marketing International Business

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Dalam masa pelaksanaan kerja magang, peserta magang turut serta dalam kegiatan pemasaran khususnya untuk negara Malaysia. Kegiatan pemasaran ini dilakukan dengan cara bekerja sama dengan distributor Malaysia dan *creative agency* untuk keperluan media sosial Yupi mendatang. Seluruh proses ini dibimbing secara langsung oleh Ibu Monikasari Koosman selaku International Business Manager di departemen International Business. Berikut adalah penjabaran *jobdesc* dari berbagai posisi yang ada:

1) *International Business Director*

Peran direktur dalam divisi *marketing* adalah memastikan perkembangan produk-produk baru berjalan sesuai dengan rencana, melakukan perjalanan bisnis untuk melakukan *research* mengenai produk-produk baru yang ada di pasar *international* serta memantau pergerakan harga kompetitor.

2) *International Business Manager*

Berperan dalam memantau perkembangan produk-produk baru, mempresentasikan berbagai produk baru kepada para distributor dari negara-negara yang ditargetkan, memastikan produk sesuai dengan minat negara yang dituju, memberikan masukan dan memantau pembuatan *packaging design* agar sesuai dengan regulasi negara tujuan, dan melakukan kunjungan ke negara-negara tertentu untuk melakukan *research* produk dan minat masyarakat serta memantau pergerakan harga kompetitor.

3) *Regional Business Manager*

Berperan dalam membuat berbagai strategi promosi, penyesuaian harga, bekerja sama dengan para distributor, dan memantau aktivitas kompetitor di negara-negara tertentu sesuai dengan tanggung jawab masing-masing.

4) *International Product Development*

Berperan dalam pembuatan konsep produk-produk baru dimulai dari bentuk, rasa, kandungan, jenis *gummy* yang digunakan, hingga

membantu seluruh proses promosi POSM di negara-negara fokus utama seperti mencari supplier *floor supply display unit* (FSDU) dan lainnya.

5) *Marketing Intern*

Berperan dalam membantu seluruh proses pemilihan *creative agency* untuk keperluan media sosial Yupi di Malaysia dimulai dari proses *pitching* hingga pemilihan agensi. Hal ini dilakukan dengan kerja sama antarnegara, yaitu dengan distributor Yupi di Malaysia. Selain itu, *marketing intern* juga memiliki peran dalam mendukung seluruh kegiatan promosi seperti mencari dan berkoordinasi dengan *supplier* serta melakukan berbagai *data entry* harga-harga kompetitor dan produk Yupi diberbagai negara dari Asia hingga Timur Tengah untuk keperluan divisi *sales* berdasarkan data *market visit*.

