

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Informasi seputar perusahaan termasuk sejarah perusahaan di dapatkan melalui wawancara yang dilakukan dengan *supervisor*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, PT. Citra Usaha Lamindo telah menorehkan jejak panjang sebagai perusahaan distributor terpercaya di Indonesia, yang sudah berdiri selama 30 tahun sejak didirikan pada tahun 1988. Selama tiga dekade tersebut, perusahaan ini secara konsisten membangun fondasi bisnis yang kuat, terutama dalam Distribusi di Indonesia. Pendekatan distribusi mereka dibangun melalui proses langkah demi langkah yang memastikan keberhasilan pada setiap aspek, menciptakan jaringan luas dengan penetrasi produk yang tersegmentasi.

PT. Citra Usaha Lamindo merupakan perusahaan solid dan berprinsip dalam pendistribusian produk, menjangkau 38.650 outlet di seluruh titik di Indonesia, mulai dari retail hingga grosir. Ekspansi jangkauan distribusi ini didukung oleh infrastruktur yang bagus dan kokoh, terbukti dengan keberadaan 26 kantor cabang yang menjangkau seluruh wilayah Indonesia, didukung oleh pengalaman lebih dari tiga dekade, staf profesional mereka telah terlatih dan dibekali dengan pengetahuan yang baik tentang manajemen rantai pasokan, memastikan kelancaran operasional dan efisiensi dalam setiap langkah.

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi, PT. Citra Usaha Lamindo juga aktif Mengembangkan Strategi Media Sosial sebagai bagian integral dari upaya pemasaran mereka. Mereka memahami bahwa metode pemasaran media sosial yang dilaksanakan dengan baik sangat krusial. Strategi ini membantu merek mereka mengembangkan pengaruh, membangun jaringan yang kuat, serta menghasilkan banyak prospek dan penjualan. Pendekatan ini merupakan aspek integral dari pengembangan pribadi dan bisnis.

Tidak hanya itu, perusahaan juga sangat berfokus pada Membangun Merek. Dengan munculnya platform partisipatif dan interaktif, PT. Citra Usaha Lamindo

melihat kesempatan besar untuk meningkatkan kesadaran dan ekuitas merek. Mereka terus berinovasi dan beradaptasi dengan dinamika pasar untuk memastikan merek yang mereka distribusikan tidak hanya dikenal luas, tetapi juga memiliki citra yang kuat dan positif di mata konsumen Indonesia.

### **2.1.1 Visi dan Misi**

Sebagai fondasi strategis yang memandu setiap langkah operasional dan pengembangan bisnis, PT. Citra Usaha Lamindo mengartikan visi dan misinya dengan jelas. Visi perusahaan ini tidak hanya mencerminkan harapan dan tujuan untuk menjadi yang terdepan, tetapi juga mempunyai komitmen terhadap inovasi dan penciptaan nilai yang berkelanjutan.

Dengan visi “Menjadi perusahaan distribusi terdepan dan terpercaya di Indonesia, yang secara inovatif membangun merek, memperluas jangkauan pasar, dan menghadirkan nilai berkelanjutan bagi mitra dan pelanggan”, PT. Citra Usaha Lamindo ingin jadi nomor satu di bidang distribusi di Indonesia. Mereka ingin jadi yang paling maju dan yang paling bisa diandalkan. Perusahaan ini juga ingin selalu berinovasi dalam cara mereka mengenalkan merek produk, bukan cuma menjual. Tujuannya adalah memperluas jangkauan pasar ke seluruh pelosok Indonesia. Yang tak kalah penting, mereka berkomitmen untuk terus memberi manfaat jangka panjang, baik bagi produsen yang bekerja sama maupun bagi toko-toko dan pembeli akhir.

Untuk mewujudkan visi tersebut, PT. Citra Usaha Lamindo menjalankan misi yang terstruktur mempunyai empat tugas utama sebagai berikut :

#### **1. Mengembangkan dan Mengelola Jaringan Distribusi yang Solid**

Misi ini menjadi inti dari operasional perusahaan. PT. Citra Usaha Lamindo bertekad untuk terus membangun, memperluas, dan memelihara jaringan distribusinya yang luas dan tersegmentasi. Dengan 26 kantor cabang dan jangkauan ke 38.650 outlet di seluruh Indonesia, perusahaan memastikan penetrasi produk yang efektif dan efisien, didukung oleh proses distribusi yang solid.

## **2. Meningkatkan Kesadaran dan Ekuitas Merek**

PT. Citra Usaha Lamindo memahami bahwa distribusi saja tidak cukup. Misi ini menekankan peran aktif perusahaan dalam meningkatkan pengenalan dan nilai merek-merek yang didistribusikan. Dengan munculnya platform media sosial, perusahaan secara strategis memanfaatkan berbagai kanal untuk memperkuat citra merek dan membangun hubungan emosional dengan konsumen.

## **3. Membangun Kemitraan Strategis dan Jaringan Kuat**

Misi ini menyoroti pendekatan kolaboratif perusahaan. Melalui implementasi metode pemasaran media sosial yang efektif, PT. Citra Usaha Lamindo bertujuan untuk membangun pengaruh yang signifikan, menciptakan jaringan yang kuat dengan para pemangku kepentingan, serta secara berkelanjutan menghasilkan prospek dan penjualan yang menguntungkan bagi seluruh pihak yang terlibat.

## **4. Menyediakan Sumber Daya Manusia Profesional**

Kualitas sumber daya manusia merupakan faktor penentu utama keberhasilan perusahaan. Misi ini menegaskan komitmen PT. Citra Usaha Lamindo untuk memiliki tim yang profesional, berpengalaman, dan terlatih. Dengan pengalaman lebih dari 30 tahun dalam bisnis, staf perusahaan dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang manajemen rantai pasokan dan dinamika pasar, memastikan kelancaran operasional, inovasi, dan efisiensi dalam setiap langkahnya. Misi-misi ini saling melengkapi, dengan menjalankan misi-misi ini, menciptakan sinergi yang mendorong PT. Citra Usaha Lamindo untuk terus beradaptasi, berinovasi, dan memperkuat posisinya sebagai distributor terdepan di Indonesia.

### 2.1.2 Logo Perusahaan

Berdasarkan dokumen perusahaan yang di dapatkan dari wawancara dengan supervisor di tahun 2025, logo perusahaan PT. Citra Usaha Lamindo memiliki arti dan makna di balik terciptanya sebuah logo dari perusahaan ini.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan.

Sumber : Dokumen Perusahaan (1988)

Logo PT. Citra Usaha Lamindo terdiri dari dua elemen utama, diantaranya :

1. Elemen Grafis : Bentuk geometris yang menyerupai huruf “L” yang dinamis, dengan adanya lingkaran di dalamnya dan sebuah garis yang menyerupai seperti jarum jam
2. Teks : Elemen yang kedua adalah ada teks yang berupa tulisan nama perusahaan “PT. Citra Usaha Lamindo”.

Selain mempunyai dua elemen utama, logo tersebut juga mempunyai warna yang terdiri dari merah, biru tua (*navy blue*), dan putih dengan makna masing-masing sebagai berikut :

#### 1. Merah

Warna merah pada logo mewakili hal-hal berikut :

- 1) Energi dan Dinamisme : Merah sering diasosiasikan dengan energi, gairah, keberanian, dan semangat.

- 2) Kekuatan dan Keberanian : Warna merah merupakan kekuatan, tekad, dan keberanian dalam menghadapi tantangan pasar.
- 3) Perhatian dan Kepentingan : Merah adalah warna yang menarik perhatian, menyiratkan bahwa perusahaan ini adalah pemain penting dan berani di industrinya

## 2. Biru Tua (*Navy Blue*)

Warna biru tua pada logo mewakili hal-hal berikut :

- 1) Kepercayaan dan Profesionalisme : Biru tua adalah warna yang sangat sering digunakan untuk melambangkan kepercayaan, keandalan, profesionalisme, dan integritas. Ini sangat cocok untuk perusahaan distributor yang mengedepankan kepercayaan dari mitra dan pelanggan.
- 2) Kestabilan dan Kredibilitas : Warna ini juga menunjukkan stabilitas, kredibilitas, dan kualitas yang terjamin. Ini sejalan dengan pengalaman 30 tahun perusahaan.
- 3) Kecerdasan dan Ketelitian : Biru tua juga bisa melambangkan kecerdasan, ketelitian, dan pendekatan yang terencana, yang penting dalam manajemen rantai pasokan.

## 3. Putih

Warna putih pada logo merepresentasikan hal-hal berikut :

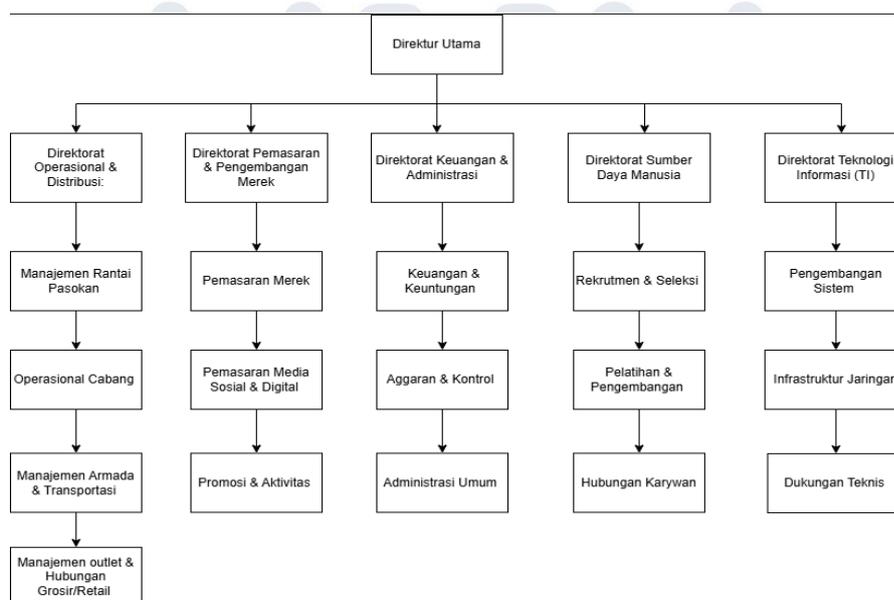
- 1) Kemurnian dan Kebersihan : Putih sering melambangkan kemurnian, kejelasan, dan kesederhanaan.
- 2) Transparansi dan Kejujuran : Dalam konteks bisnis, putih bisa menyiratkan transparansi, kejujuran, dan pendekatan yang lugas.
- 3) Ruang dan Keterbukaan : Penggunaan putih sebagai latar belakang atau sebagai bagian dari elemen desain memberikan kesan ruang, keterbukaan, dan kesederhanaan yang elegan

Bentuk dalam Logo juga memiliki makna tersendiri bagi perusahaan sebagai berikut :

1. bentuk lingkaran di dalam "L" : Lingkaran sering melambangkan kesatuan, kelengkapan, dan fokus. Penempatannya "L" mungkin merujuk pada inisial "L" dari "Lamindo," sehingga memberikan identitas visual yang kuat dan mudah dikenali.
2. Garis atau jarum jam : jika diinterpretasikan sebagai jarum jam, bisa melambangkan pengalaman panjang perusahaan (30 tahun), ketepatan waktu dalam distribusi, atau bahkan orientasi ke masa depan.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki kerangka organisasi sebagai kerangka kerja untuk mengatur seluruh operasional dan mencapai tujuan. Struktur ini memastikan pembagian tugas yang jelas, koordinasi yang efektif, dan efisiensi. PT. Citra Usaha Lamindo, sebagai perusahaan distributor besar dengan 30 tahun pengalaman dan jangkauan luas di Indonesia, sangat bergantung pada struktur organisasinya yang kokoh. Struktur ini memungkinkan mereka mengelola operasional distribusi yang kompleks, mengembangkan pemasaran digital, serta mengelola SDM secara efektif, memastikan kelangsungan dan kepemimpinan mereka di industri.



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan.

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (1988)

Berdasarkan gambar 2.2, terdapat lima divisi yang di bawah oleh Direktur Utama selaku pemegang kekuasaan tertinggi pada PT. Citra Usaha Lamindo, diantaranya :

### **1. Direktorat Operasional dan Distribusi**

Direktorat ini adalah jantung dari bisnis distribusi PT. Citra Usaha Lamindo. Fokus utamanya adalah memastikan pergerakan produk yang lancar dan efisien dari pemasok hingga ke 38.650 outlet di seluruh Indonesia. Direktorat Operasional dan Distribusi akan mengurus hal-hal berikut :

- 1) **Manajemen Rantai Pasokan** : Departemen ini bertanggung jawab atas keseluruhan proses, mulai dari pengadaan barang, perencanaan logistik, pengelolaan gudang, hingga pengendalian inventaris, menjamin produk tersedia secara akurat dan tepat waktu.
- 2) **Operasional Cabang** : Mengingat jangkauan PT. Citra Usaha Lamindo yang tersebar di 26 kantor cabang, unit ini mengelola semua kegiatan operasional harian di masing-masing cabang, termasuk penerimaan, penyimpanan, dan pengiriman barang ke outlet-outlet lokal.
- 3) **Manajemen Armada & Transportasi**: Unit ini mengelola armada kendaraan dan merencanakan rute pengiriman agar produk sampai ke tujuan dengan cepat, aman, dan efisien dari segi biaya.
- 4) **Manajemen Outlet & Hubungan Grosir/Retail**: Berfungsi sebagai jembatan komunikasi dan pengelola hubungan baik dengan seluruh jaringan toko grosir dan retail yang merupakan ujung tombak distribusi produk perusahaan.

### **2. Direktorat Pemasaran & Pengembangan Merek**

Direktorat ini berperan penting dalam memastikan produk-produk yang didistribusikan tidak hanya sampai ke pasar, tetapi juga dikenal dan dicintai oleh konsumen. Mereka bertanggung jawab untuk membangun citra dan nilai merek. Direktorat Pemasaran dan Pengembangan Merek akan mengurus hal-hal berikut :

- 1) **Pemasaran Merek:** Bertugas merancang strategi keseluruhan untuk merek-merek yang didistribusikan, termasuk penentuan posisi pasar, riset konsumen, dan pengembangan kampanye pemasaran.
- 2) **Pemasaran Media Sosial & Digital:** Departemen ini fokus pada strategi pemasaran di platform digital, termasuk pengelolaan media sosial, pembuatan konten digital, dan analisis data untuk menarik prospek dan meningkatkan penjualan secara *online*.
- 3) **Promosi & Aktivasi:** Bertugas merencanakan dan melaksanakan berbagai kegiatan promosi penjualan, *event* di toko, atau aktivasi merek di lapangan untuk meningkatkan *awareness* dan penjualan secara langsung.

### 3. Direktorat Keuangan & Administrasi

Direktorat ini bertanggung jawab atas kesehatan finansial perusahaan dan kelancaran aspek administratif umum. Mereka memastikan semua transaksi tercatat dengan benar dan sumber daya dikelola secara efisien. 3. Direktorat Keuangan & Administrasi akan mengurus hal-hal berikut :

- 1) **Keuangan & Akuntansi:** Melakukan pencatatan transaksi keuangan, penyusunan laporan keuangan, dan pengelolaan arus kas perusahaan.
- 2) **Anggaran & Kontrol:** Bertugas menyusun anggaran, memantau pengeluaran, dan melakukan analisis biaya untuk memastikan efisiensi dan kepatuhan terhadap rencana keuangan.
- 3) **Administrasi Umum:** Menangani berbagai tugas administratif dan dukungan kantor yang menunjang operasional seluruh departemen.

### 4. Direktorat Sumber Daya Manusia & Pengembangan Organisasi

Pilar ini memastikan bahwa PT. Citra Usaha Lamindo memiliki sumber daya manusia yang berkualitas, profesional, dan termotivasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Direktorat Sumber Daya Manusia & Pengembangan Organisasi akan mengurus hal-hal berikut :

- 1) **Rekrutmen & Seleksi:** Bertanggung jawab dalam proses mencari, mewawancarai, dan menempatkan karyawan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan budaya kerja.
- 2) **Pelatihan & Pengembangan:** Merancang dan melaksanakan program pelatihan untuk meningkatkan kompetensi dan keterampilan karyawan, terutama dalam manajemen rantai pasokan dan adaptasi teknologi, sejalan dengan pengalaman 30 tahun perusahaan.
- 3) **Hubungan Karyawan:** Menjaga hubungan yang harmonis antara perusahaan dan karyawan, mengelola kesejahteraan karyawan, dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan ketenagakerjaan.

#### **5. Direktorat Teknologi Informasi (TI)**

Di era digital, direktorat ini sangat krusial. Mereka memastikan seluruh infrastruktur teknologi perusahaan berjalan optimal untuk mendukung operasional dan inisiatif digital. Direktorat Teknologi Informasi (TI) akan mengurus hal-hal berikut :

- 1) **Pengembangan Sistem:** Bertugas merancang, mengembangkan, dan memelihara sistem informasi dan aplikasi yang digunakan internal perusahaan (misalnya sistem distribusi, sistem CRM).
- 2) **Infrastruktur Jaringan:** Mengelola semua perangkat keras dan lunak jaringan, server, serta memastikan keamanan data dan kelancaran konektivitas di seluruh kantor cabang.
- 3) **Dukungan Teknis:** Memberikan bantuan dan solusi teknis kepada seluruh karyawan terkait masalah perangkat keras atau lunak.