

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT. Singamas Internasional merupakan Perusahaan yang menaungi *brand* CP Meiji Indonesia dan merupakan bagian dari perusahaan Charoen Pokhpand Group. Sedangkan CP Meiji sendiri merupakan *brand* Jepang, sehingga CP Meiji Indonesia merupakan sebuah *brand* milik Charoen Pokhpand Indonesia yang bekerja sama dengan Meiji Co, Ltd dari Jepang.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT. Singamas Internasional merupakan sebuah perusahaan dibawah Charoen Pokhpand Indonesia *Group*. Perusahaan berikut merupakan perusahaan yang berlokasi di area Jakarta Utara, Ancol. Berikut merupakan penjelasan dan logo dari PT. Singamas Internasional.



Gambar 2.1 Logo PT. Singamas Internasional
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

PT. Singamas Internasional merupakan PT yang sudah berdiri sedari tahun 2012 dengan bidang usaha di distributor/produsen minuman PT. Singamas Internasional memiliki beberapa *brand* yang sudah dimiliki yaitu Frozen, Fiesta White Tea, Fruitamax Pop dan Fruitamax Jelly dan juga CP Meiji Indonesia. PT. Singamas Internasional sendiri merupakan PT anak dari PT. Charoen Pokhpand Group yang menjadi distributor/produsen produk Fiesta.

CP atau Charoen Pokhpand *Group* merupakan perusahaan Internasional yang berlokasi utama di Bangkok, Thailand yang didirikan pada tahun 1921 oleh 2 bersaudara bernama Chia Er Chor dan Chia Siew Whooy. Maka dari itu pemilik PT. Singamas Internasional merupakan orang yang sama dengan pemilik PT. Charoen Pokhpand *Group*. Visi dan misi dari PT. Singamas Internasional adalah untuk memimpin Indonesia dalam industri minuman namun tetap memiliki kualitas produk tinggi dengan keamanan yang terjamin serta berinovasi dalam teknologi produksi kemasan minuman.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT. Singamas Internasional merupakan PT yang menaungi CP Meiji Indonesia. Namun CP Meiji Indonesia sendiri terbentuk dari Charoen Pokhpand *Group* (Thailand) dan Meiji Co.Ltd (Jepang) yang melakukan kerja sama. Perusahaan ini bekerja sama dalam bidang *dairy product*. CP Meiji sudah menjadi salah satu perusahaan terkenal akan produk susu segar dan *yogurt* nya. Setelah mengalami kesuksesan di Thailand, CP Meiji melakukan ekspansi dan mendirikan PT CP Meiji Indonesia.

PT CP Meiji Indonesia merupakan bagian dari *group* Charoen Pokhpand Indonesia yang merupakan anak dari Charoen Pokhpand *Group* Thailand, PT CP Meiji bergerak khusus di bidang susu segar dan *yogurt* untuk produksi dan distribusi berdasarkan lisensi Meiji Jepang. CP Meiji hadir di Indonesia dengan tujuan untuk menghadirkan produk susu segar dan *yogurt* dengan kualitas tinggi dengan standarisasi Jepang di Indonesia. CP Meiji Indonesia pertama kali muncul di Indonesia pada Agustus 2024.

Produk-produk yang diluncurkan pertama kali di Indonesia merupakan *Deluxe Fresh Milk* dengan *fat percentage* 4,3% dengan *Yogurt Cup* 135 gram yang memiliki 4 varian yaitu *Mango*, *Nata de Coco*, *Strawberry*, dan *Mix Berry*. Kemudian pada Sepetember 2025, CP Meiji kembali meluncurkan produk dan varian baru untuk produk susu segar dan *yogurt*. Produk-produk tersebut merupakan *Fresh Milk* dengan *fat percentage* 3,7% dan *yogurt* 135

gram dengan varian baru yaitu *Plain* dan *Aloe Vera*. CP Meiji Indonesia juga *launching* produk baru berupa *Yogurt mini size* dengan ukuran 90 gram, *yogurt* ini memiliki 3 varian yaitu *Mango*, *Strawberry*, dan *Mix Berry*.



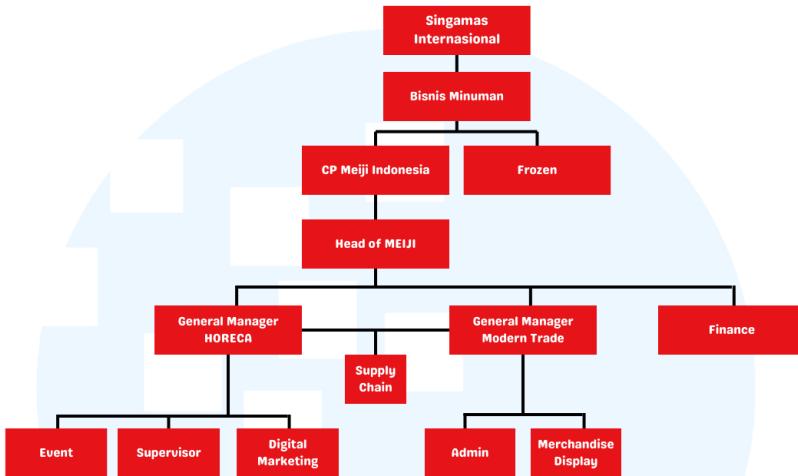
Gambar 2.2 Produk CP Meiji Indonesia
Sumber: Aset Desain Perusahaan

Gambar diatas merupakan gambaran produk dari CP Meiji Indonesia dalam bentuk media promosi. Produk-produk berikut merupakan produk *import* melalui pabrik kolaborasi antara CP dan Meiji yang berlokasi di Thailand. Meiji sendiri merupakan *license* yang dibeli oleh CP untuk produk kolaborasi CP Meiji.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

CP Meiji Indonesia memiliki struktur organisasi yang dibagi berdasarkan bagian yang ditangani. CP Meiji Indonesia merupakan *brand* yang termasuk pada bagian bisnis minuman, dan berdampingan dengan *brand* Frozen yang mana merupakan *brand* air mineral. CP Meiji Indonesia dipimpin oleh *Head of Meiji* sebagai seseorang yang memimpin dan mengkoordinasi seluruh operasional CP Meiji Indonesia. Kemudian dibawah posisi *Head of Meiji* terdapat dua pembagian divisi untuk *HORECA* (*Hotel*, *Reseller*, *Café*) dan *Modern Trade* (Distribusi supermarket). Pembagian dua divisi tersebut juga terbagi lagi dengan *team*

supervisor dan *digital marketing* kemudian dengan *admin* dan *merchandise display*. Berikut merupakan struktur organisasinya:



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan PT. Singamas Internasional
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Struktur organisasi berikut menjelaskan bahwa terdapat dua *general manager* dengan peranan yang dibagi berdasarkan bagian yang ditangani. Melalui struktur organisasi diatas, perusahaan menjelaskan bagaimana alur pekerjaan pada PT. Singamas Internasional dalam menjalankan bisnis dan fungsi serta tanggung jawab masing-masing bagian. Pada bagian atas terdapat PT. Singamas Internasional sebagai induk perusahaan yang menaungi bisnis minuman. Di dalam divisi minuman tersebut terdapat dua *brand* yaitu CP Meiji Indonesia dan Frozen. Penulis melakukan kegiatan magang pada *brand* CP Meiji Indonesia. Didalam CP Meiji Indonesia, terdapat *Head of Meiji* yang bertanggung jawab Menyusun strategi, operasional dan penjualan produk CP Meiji Indonesia.

Dibawah *Head of Meiji*, terdapat *general manager* yang bertanggung jawab mengurus bagian *HORECA*, *Modern Trade* dan *Supply Chain*. Tiga fungsi tersebut dipegang oleh 2 *general manager*. Dengan pembagian *general manager* *HORECA* dan *Modern Trade* serta *Supply Chain* menjadi tanggung jawab bersama kedua *general manager*.

General manager HORECA atau *Hotel, Restaurant, dan Café* bertanggung jawab mengelola strategi pemasaran, komunikasi dan bisnis dengan *client* pada sektor *HORECA* untuk pembelian, kerja sama, kolaborasi, dan pengiriman produk untuk *client HORECA*. Kemudian dibawah *general manager HORECA* terdapat tiga bagian yaitu *supervisor* yang mana ditanggung jawabkan sendiri oleh *general manager HORECA* serta *event* dan *team digital marketing*. Tugas dari *event* dan *team digital marketing* yaitu mengelola konten pemasaran untuk meningkatkan penjualan serta *product knowledge*. Selama pelaksanaan magang, penulis berada didalam tim *digital marketing*, dan bertanggung jawab membuat konten media sosial dalam bentuk media promosi dalam bentuk promosi *client HORECA* dan juga *event-event* yang diikuti CP Meiji Indonesia untuk menjadi bagian dari promosi dan juga meningkatkan *product knowledge*.

Kemudian untuk *general manager modern trade* bertanggung jawab atas penjualan toko *retail modern* yaitu *supermarket*. Dibawah *general manager modern trade* terdapat dua bagian lain yang bertanggung jawab sebagai *admin* dan *merchandise display*. Untuk bagian *admin* bertanggung jawab untuk melaporkan administrasi penjualan produk CP Meiji Indonesia, kemudian untuk bagian *merchandise display* bertanggung jawab untuk memantau tampilan produk di toko agar sesuai standarisasi perusahaan.

2.3 Portofolio Perusahaan

CP Meiji Indonesia merupakan *brand* yang masuk pada Agustus 2024 di Indonesia. *Brand* CP Meiji berbeda dengan Meiji Hello Panda, dikarenakan berada dibawah manajemen perusahaan yang berbeda. CP Meiji Indonesia merupakan *brand* yang berfokus pada produk susu segar dan *yogurt* berbeda dengan Hello Panda.

PT CP Meiji Indonesia mengikuti berbagai *event* sedari 2024 sampai 2025. Selama setahun berikut CP Meiji Indonesia sudah melakukan banyak *event* besar, pameran dan kolaborasi. Beberapa diantaranya, yaitu:

2.3.1 Brand Activation Event “SIAL Interfood 2024”

SIAL Interfood merupakan *event food and beverage* yang sudah berjalan selama 26 tahun. *Event* ini dilaksanakan pertahun dan merupakan salah satu pameran makanan dan minuman terbesar di Indonesia. Di dalam pameran SIAL Interfood, pada umumnya pengunjung akan dapat menemukan kurang lebih 1500 produsen / *supplier* dengan berbagai macam produk. Saat mengikuti *event* pada umumnya CP Meiji akan menjual beragam harga promo dan *bundling*.



Gambar 2.4 Dokumentasi *Event* SIAL Interfood
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Pada *event* berikut CP Meiji Indonesia merupakan sebuah *brand* yang baru akan berjalan. Namun CP Meiji Indonesia mendapatkan sebuah kesempatan besar untuk dapat mengikuti *event* tersebut sebagai *brand* perintis. Pada masa *event* SIAL Interfood 2024, CP Meiji Indonesia memiliki *booth* belum atas nama *brand*, namun dengan nama PT. Singamas Internasional.

2.3.2 Brand Activation Event “Super Junior”

CP Meiji Indonesia mengikuti *event* konser musik untuk melakukan promosi dengan membuka tenant CP Meiji Indonesia. Produk yang dijual pada konser berikut merupakan susu *fresh milk*. Dengan periode *event* 1 hari. Pada event berikut CP Meiji Indonesia menggunakan *chiller* agar menjaga kualitas produknya dan juga adanya promosi harga khusus pada saat *event* berlangsung.



Gambar 2.5 Dokumentasi Konser Musik Super Junior
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Melalui gambar dokumentasi diatas, dapat dilihat bahwa CP Meiji Indonesia mendapatkan *space event* lumayan besar pada saat event konser musik berikut. Sebagai *brand* yang baru mulai berjalan, CP Meiji Indonesia memiliki cukup banyak respon positif pada masanya. Hal ini juga terlihat dari dokumentasi diatas, terlihat bahwa banyak warga Indonesia yang tertarik akan produk CP Meiji Indonesia, dan memiliki rasa ingin tahu.

2.3.3 Social Media Content Shopee Platform

Berikut merupakan konten CP Meiji Indonesia untuk konten *platform* Shopee. Sebagai *brand* yang baru mulai berjalan, CP Meiji Indonesia melakukan penjualan secara *online*. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan promosi produk CP Meiji Indonesia.

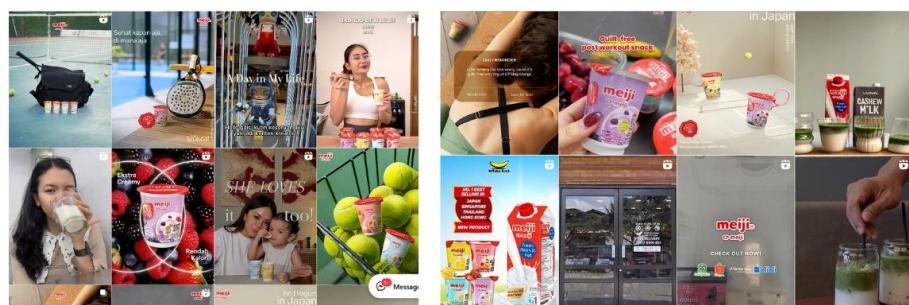


Gambar 2.6 Konten Produk CP Meiji Indonesia *Platform* Shopee
Sumber: Katalog Shopee CP Meiji Indonesia

Pembuatan identitas utama berikut menyesuaikan standar desain yang ditetapkan oleh Meiji Jepang yaitu latar belakang yang sederhana dan penggunaan elemen visual yang *simple*. Ketentuan dari Meiji Jepang merupakan konsep desain yang fokus terhadap produk dengan hiasan-hiasan yang tidak berlebihan. Hal ini merupakan ketentuan mereka dikarenakan Jepang sendiri merupakan negara yang menjunjung tinggi kualitas dan kebersihan baik dalam proses pembuatan maupun cara mengiklankan produk.

2.3.4 Social Media Content untuk Instagram

Pada *platform* Instagram, CP Meiji Indonesia membuat konten dengan tujuan mengedukasi dan promosi produk CP Meiji Indonesia. Instagram CP Meiji Indonesia juga dijadikan sebagai media untuk memberikan informasi seputar CP Meiji Indonesia, seperti keikutsertaannya CP Meiji dengan *event-event*. Kolaborasi Meiji bersama dengan *brand* lain. Pengumuman akan *reseller* CP Meiji, dan lainnya.



Gambar 2.7 Konten Sosial Media *Platform* Instagram
Sumber: Dokumentasi Instagram CP Meiji Indonesia

Pada sosial media *platform* seperti Instagram dan TikTok, CP Meiji Indonesia mendapatkan *support* dalam bentuk dana untuk mengelola sosial media yang berguna untuk menciptakan konten-konten sosial media CP Meiji Indonesia. *Support* dana tersebut diberikan dalam bentuk *agency* yang membantu mengurus konten sosial media CP Meiji Indonesia, yang mana mengikuti ketentuan dari CP Meiji Thailand, yang mana pabrik *import* yang digunakan untuk *import* produk ke Indonesia. *Agency* tersebut juga berkomunikasi dengan *team digital marketing* dan *team graphic designer* dari

CP Meiji Indonesia, agar tidak ada kesalahpahaman konsep dalam menggugah sebuah konten.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA