

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Deskripsi Perusahaan

PT Mandala Prima Makmur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan ekspor bubuk kakao dengan kantor pusat yang berlokasi di Curug, Tangerang. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2001 dengan kegiatan utama sebagai perusahaan *trading*. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan pasar serta keinginan untuk menghadirkan produk yang lebih berkualitas, pada tahun 2005 PT Mandala Prima Makmur mulai memproduksi bubuk kakao secara mandiri.

Tahun 2010 menjadi tonggak penting bagi perusahaan dengan berdirinya pabrik pengolahan bubuk kakao di Curug, Tangerang. Upaya ini disusul dengan keberhasilan memperoleh sertifikasi Standar Nasional Indonesia (SNI) untuk Kakao Bubuk serta ISO 9001:2015 pada tahun 2013 sebagai bukti komitmen terhadap kualitas dan standar internasional.

Sebagai bagian dari strategi diversifikasi bisnis, pada tahun 2015 PT Mandala Prima Makmur meluncurkan CV Mitra Prima Mandiri yang menghadirkan produk minuman cokelat instan dengan merek *Prospero Realcho*. Pada tahun yang sama, perusahaan meraih penghargaan *UKM Award* sebagai pengakuan atas kontribusi dan prestasinya dalam pengembangan industri berbasis kakao di Indonesia.

Sejak tahun 2019, PT Mandala Prima Makmur semakin aktif memperkenalkan produknya di kancah internasional melalui partisipasi dalam berbagai pameran bergengsi, antara lain Malaysia International Halal Showcase (MIHAS) di Malaysia serta Indonesia *Fest* di *Moskow*, Rusia. Langkah ini menjadi pintu gerbang perluasan pasar ekspor.

Tahun 2020 menjadi periode transformasi signifikan bagi perusahaan dengan dimulainya produksi produk ritel bersertifikasi Halal dan BPOM. Pada tahun yang sama, PT Mandala Prima Makmur berhasil menjuarai kompetisi *FoodStartUp* Indonesia, sekaligus mencatat peningkatan volume ekspor secara konsisten.

Pada tahun 2021, perusahaan memperkuat standar keamanan pangan dengan meraih sertifikasi *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP) serta mencatat pertumbuhan ekspor hingga 100%. Sementara itu, di tahun 2022, PT Mandala Prima Makmur kembali menorehkan prestasi dengan memenangkan *Sales Digital Award* dari Bank Indonesia, memperoleh sertifikasi *Food Safety System Certification* (FSSC) 22000, serta berpartisipasi dalam pameran internasional bergengsi seperti *Summer Fancy Food Show* di Amerika Serikat dan *Food Africa* di Kairo, Mesir.

Perjalanan gemilang berlanjut pada tahun 2023, di mana perusahaan berhasil mencapai target pendapatan tahunan hanya dalam waktu delapan bulan. Pada tahun yang sama, PT Mandala Prima Makmur memperoleh pendanaan strategis dari Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI), serta berpartisipasi dalam misi dagang bersama Menteri Perdagangan Republik Indonesia di Kairo. Selain itu, perusahaan turut hadir dalam berbagai pameran internasional, termasuk Food-Istanbul di Turki dan *Global Market Business Platform* (GMBPF).

Dengan mengusung semangat “*Go Export*”, PT Mandala Prima Makmur terus berkomitmen untuk memperluas jaringan pasar global, meningkatkan daya saing industri kakao Indonesia, serta memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian nasional melalui inovasi, kualitas, dan pemberdayaan sumber daya lokal.

2.1.1 Visi Misi

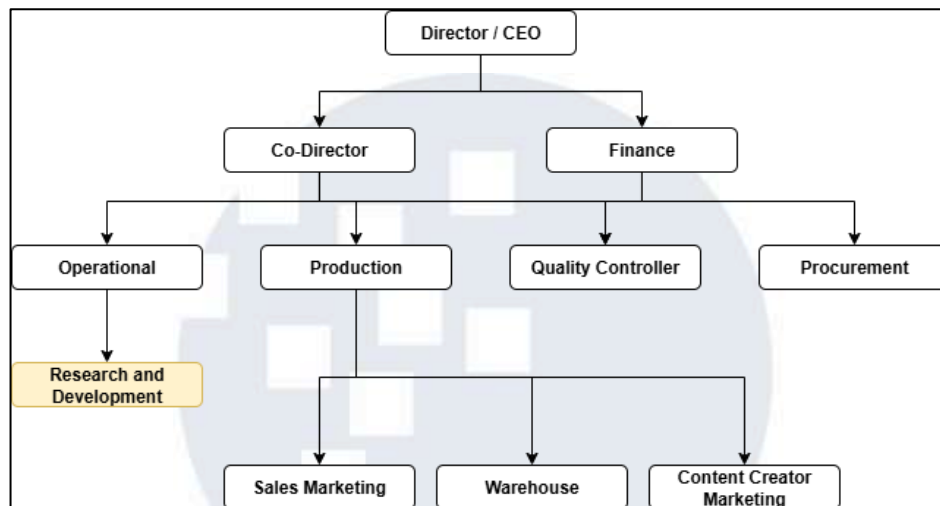
Visi dari PT. Mandala Prima Makmur adalah untuk menjadi produsen kakao dan produk turunannya yang inovatif, berteknologi maju, higienis, dan ramah lingkungan untuk mendukung daya saing ekspor Indonesia.

Misi dari PT. Mandala Prima Makmur adalah untuk mengembangkan produk kakao berkualitas dengan memadukan teknologi modern serta memberdayakan UKM lokal dan petani kakao Indonesia.

Struktur Organisasi Perusahaan

PT Mandala Prima Makmur merupakan salah satu produsen dan eksportir bubuk kakao terkemuka di Indonesia yang telah berpengalaman lebih dari dua

dekade. Perusahaan ini beroperasi sejak tahun 2001 dan telah berkembang dari usaha *trading* lokal menjadi produsen bersertifikasi internasional dengan jaringan ekspor ke berbagai negara. Dapat dilihat di gambar 2.1.



Gambar 2. 1. Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT Mandala Prima Makmur dipimpin oleh seorang Direktur/CEO yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis, penetapan visi perusahaan, serta pengembangan bisnis secara keseluruhan, sekaligus memimpin seluruh divisi untuk mencapai target perusahaan dan menjaga kelangsungan operasional. Dalam pelaksanaannya, Direktur dibantu oleh seorang *Co-Director* yang berperan mengawasi jalannya operasional harian serta implementasi strategi perusahaan, termasuk koordinasi lintas divisi.

Di bawah struktur tersebut, terdapat sejumlah divisi dengan fungsi spesifik. Divisi Finance mengelola seluruh aspek keuangan perusahaan, mulai dari penyusunan anggaran, pengelolaan kas, laporan keuangan, hingga pengaturan investasi. Divisi Operasional memastikan kelancaran proses bisnis sehari-hari sekaligus menjaga koordinasi antar divisi agar kegiatan operasional berjalan sesuai standar perusahaan. Divisi Produksi bertanggung jawab atas pengolahan produk berbasis coklat, termasuk pengawasan kapasitas produksi, sementara Divisi *Quality Controller* (QC) menjamin seluruh produk yang dihasilkan memenuhi standar mutu dan sertifikasi seperti FSSC 22000, HACCP, dan Halal. Selanjutnya,

Divisi *Procurement* bertugas mengelola pengadaan bahan baku utama (kakao) dan bahan pendukung lainnya guna mendukung kelancaran proses produksi.

Selain itu, terdapat Divisi *Research and Development* (R&D) yang berfokus pada penelitian, inovasi, serta pengembangan produk berbasis coklat maupun metode analisis pendukung bisnis. Divisi ini juga berperan dalam pengembangan sistem berbasis teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi internal perusahaan. Pada divisi inilah posisi *Data Scientist* Intern ditempatkan, dengan tugas utama melakukan pengolahan data, analisis, serta mendukung pengembangan sistem *dashboard* yang dirancang untuk mengotomatisasi proses pada Tim *marketing* dan *business development Team*.

Adapun divisi lain yang turut mendukung kegiatan perusahaan adalah Divisi *Sales & Marketing* yang bertugas meningkatkan penjualan dan memperluas pasar baik domestik maupun internasional, Divisi *Warehouse* yang mengelola penyimpanan dan distribusi produk agar ketersediaan stok tetap terjaga, serta Divisi *Content Creator Marketing* yang bertanggung jawab memproduksi konten kreatif berupa foto, video, artikel, dan materi promosi digital guna meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* konsumen.

Portfolio Perusahaan

Sejak berdiri, PT. Mandala Prima Makmur telah menjalin kerja sama dengan berbagai mitra internasional dan mengeksport bahan baku kakao mentah ke berbagai negara. Kepercayaan ini menjadi bukti komitmen perusahaan dalam menjaga kualitas hasil perkebunan serta konsistensi pelayanan kepada pelanggan di pasar global.

Adapun negara-negara tujuan ekspor PT. MPM meliputi:

- Asia: Tiongkok, India, Arab Saudi, Uni Emirat Arab, Malaysia, Singapura
- Eropa: Belanda, Jerman, Italia, Prancis
- Afrika: Mesir, Nigeria, Afrika Selatan
- Amerika: Amerika Serikat, Brasil, Meksiko, Argentina, Kolombia

- Oseania: Australia

Selain kegiatan ekspor, PT. MPM juga aktif menghadirkan berbagai karya dan jasa, di antaranya:

1. Penyediaan Bahan Baku Kakao Mentah

- Menyediakan kakao hasil perkebunan lokal Indonesia dengan standar internasional.
- Mengutamakan kualitas biji kakao fermentasi maupun non-fermentasi yang siap diproses lebih lanjut.

2. Kolaborasi dengan Mitra Bisnis

- Menjadi pemasok utama bahan baku kakao untuk industri makanan, minuman, dan konfeksioneri di berbagai negara.
- Mendukung pengembangan *private label brand* dengan suplai bahan baku kakao yang konsisten dan berkualitas tinggi.

Dengan portofolio tersebut, PT. Mandala Prima Makmur terus berkomitmen untuk memperkuat posisi sebagai penyedia bahan baku kakao terpercaya, memperluas jaringan ekspor, serta mendorong kemajuan industri makanan dan minuman berbasis cokelat di pasar domestik maupun internasional.

Alur Kerja

Kegiatan pemasaran di PT. Mandala Prima Makmur melibatkan beberapa tahapan utama, mulai dari pengenalan produk kepada calon *buyer*, komunikasi dan negosiasi, hingga evaluasi kinerja pemasaran. Pada tahap awal, tim *marketing* melakukan pemantauan pasar dan tren industri melalui berbagai sumber informasi, seperti laporan pasar, media sosial, serta hasil pameran internasional.

Komunikasi dengan *buyer*, khususnya *buyer* internasional, dilakukan melalui berbagai kanal digital, seperti email dan aplikasi pesan instan. Sebagian besar pertanyaan yang diterima bersifat berulang, mencakup informasi spesifikasi

produk, sertifikasi, *minimum order quantity* (MOQ), serta prosedur ekspor. Proses penyusunan jawaban atas pertanyaan tersebut masih dilakukan secara manual dengan mengacu pada dokumen internal perusahaan.

Selain itu, aktivitas evaluasi pemasaran, seperti analisis persepsi pasar dan perencanaan strategi jangka menengah, masih dilakukan secara semi-manual dengan mengandalkan pengolahan data terpisah dalam bentuk *spreadsheet* dan laporan naratif. Kondisi ini berpotensi menimbulkan keterlambatan dalam pengambilan keputusan serta meningkatkan beban kerja administratif bagi tim *marketing*.

