

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Yupi Indo Jelly Gum adalah perusahaan nomor 1 dalam bidang manufaktur permen jeli atau *gummy* yang termasuk dalam kategori *soft candy* di Indonesia dan telah berdiri sejak tahun 1996. Awalnya, Yupi terbentuk secara *joint venture* atau bekerja sama dengan perusahaan lainnya dalam kategori industri serupa. Setahun kemudian, pada tahun 1997, PT Yupi Indo Jelly Gum mulai melakukan ekspansi bisnis dengan mengekspor produk mereka ke luar negeri. Hal ini merupakan langkah awal bagi Yupi untuk berkompetisi di pasar global serta mencapai visi dan misinya.

Yupi Indonesia juga memiliki *tagline* yang sangat mudah diingat oleh para konsumennya, yaitu “Semua Suka Yupi”. *Tagline* ini menggambarkan bahwa Yupi dapat dimakan oleh siapapun tanpa batas usia, produk-produk Yupi semuanya enak, dan dapat menularkan kebahagiaan kepada para penikmatnya (Fullstop Indonesia, 2025). Yupi Indonesia juga selalu konsisten digunakan dalam setiap aktivitas dan postingan media sosial sehingga melekat di benak para pengguna.



Gambar 2.1 Logo Yupi

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Yupi dikenal sebagai produk yang memiliki konsep kuat dalam kategori *novelties*-nya, yaitu produk-produk yang merupakan versi *mini gummy* dari makanan asli terutama makanan *fast food* seperti *burger*, *hotdog* atau *frankfurter*, *pizza*, *cola*, *sandwich*, dan sebagainya. Masing-masing makanan tersebut juga memiliki ukuran yang bervariasi dari kecil hingga besar

(*jumbo*). Selain itu, Yupi juga dikenal sebagai permen *gummy* yang kenyal yang berasal dari gelatin sapi dan memiliki rasa dan aroma buah-buahan yang kuat di setiap bagian *gummy*.

Selama 29 tahun berdiri, perusahaan ini terus menerus melakukan inovasi dengan menyesuaikan target pasar dan tren dalam industri *soft candy*. Permen-permen yang dihasilkan tidak hanya dalam bentuk *gummy* yang merupakan bentuk awal produk Yupi, melainkan beberapa konsep unik lainnya. Dapat dilihat pada gambar 2.2 yang menampilkan berbagai produk Yupi seperti Bolicious yang merupakan permen dengan kandungan kolagen pada lapisan kulitnya, extruder atau *belt* atau yang dinamai dengan Bonz yang merupakan permen dengan bentuk panjang dan pipih menyerupai ikat pinggang, permen *filled sticks* yang berbentuk bulat memanjang dengan isi di tengahnya, dan produk *marshmallow*.



Gambar 2.2 Jenis-Jenis Produk Yupi

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Selain menawarkan inovasi produk yang bervariatif, Yupi juga memiliki layanan atau jasa OEM. OEM (*Original Equipment Manufacturer*) adalah sebuah praktik bisnis B2B antara kedua perusahaan di industri yang sama akan menjual layanan produksinya kepada perusahaan lainnya dan perusahaan pembeli akan menjual barang tersebut ke konsumen akhir (Puryani et al., 2019).

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Dalam menjalankan bisnis di bidang manufaktur, PT Yupi Indo Jelly Gum memiliki visi dan misi yang kuat untuk dapat terus berkembang dan berinovasi

dengan mengikuti arus perkembangan tren. Berikut visi dan misi dari PT Yupi Indo Jelly Gum:

Visi:

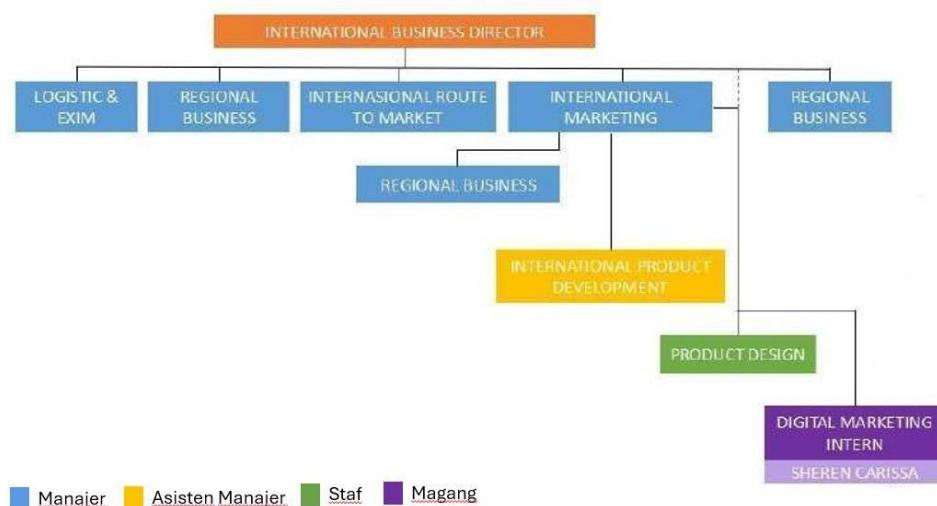
Kami bertekad untuk menciptakan kegembiraan melalui produk permen berkualitas terbaik, inovatif, *playful*, serta lebih sehat di mana saja kapan saja, di Asia

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 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam departemen International Business, struktural perusahaan dibagi sedemikian rupa khususnya untuk divisi *marketing* dan *sales*. Hal ini dilakukan untuk menunjang kegiatan perkembangan produk baru, pemasaran, dan penjualan yang dikhususkan untuk beberapa negara pendistribusian Yupi.



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Merujuk pada gambar 2.3, departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum terbagi menjadi 3 bagian utama, yaitu logistik dan eksport-impor, pemasaran (*marketing*), dan penjualan (*sales*). Berikut penjabaran masing-masing divisi tersebut:

1) Divisi Logistik dan Ekspor-Import

Tugas utama dalam divisi ini adalah untuk memastikan dan mengatur jadwal pelayaran untuk mendistribusikan produk-produk Yupi maupun OEM di berbagai penjuru dunia. Divisi ini bekerja sama dengan tim pabrik seperti divisi produksi dan *packaging* untuk dapat menyesuaikan dan menyesuaikan jadwal pengiriman produk berjalan dengan semestinya.

2) Divisi Pemasaran (*Marketing*)

Tugas utama dalam divisi ini adalah untuk memasarkan berbagai produk Yupi khususnya produk-produk unggulan. Divisi ini juga bertanggung jawab dalam menghadirkan inovasi-inovasi baru untuk produk Yupi sesuai dengan tren pasar maupun permintaan dari distributor di negara-negara tertentu, berkoordinasi dengan divisi *sales* terkait penawaran dan produksi produk baru, berkoordinasi dengan divisi *Research and Development* (RnD) dan *Research and Innovation* (RnI), serta menyediakan materi presentasi untuk memasarkan Yupi di toko baru.

Divisi *Marketing* juga memiliki tim untuk mendesain *packaging* produk-produk Yupi dalam bentuk 2D dan 3D sesuai dengan *brief* dan hasil *Proof Print On Spot* (PPOS). Tim ini memiliki tugas dalam memastikan akurasi warna yang diinginkan oleh pihak Yupi maupun distributor itu sendiri sebelum menjalankan produksi secara massal.

3) Divisi Penjualan (*Sales*)

Tugas utama dalam divisi ini adalah untuk merancang strategi penjualan produk-produk Yupi terutama produk baru yang telah diperkenalkan oleh divisi *Marketing*. Dalam divisi ini, para *sales* terbagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan tanggung jawab negara distributor yang ditangani. Dengan demikian, divisi ini dapat lebih fokus memantau tren dan pergerakan *market* seperti adanya berat dan produk baru dari kompetitor. Hal ini tentunya sangat

berpengaruh terhadap pengambilan strategi seperti pemberian promo-promo tertentu.

2.4 Ruang Lingkup Divisi

Sebagai salah satu divisi yang ada di departemen Internasional Bisnis, *marketing* memegang peranan penting dalam memperkenalkan produk Yupi ke pasar internasional melalui inovasi dan visibilitas produk agar terlihat di supermarket. Peran ini dilakukan dengan kerja sama yang baik dengan para *sales*, distributor, dan toko.



Gambar 2.4 Struktur Divisi *Marketing* pada Departemen Internasional Bisnis

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Dalam masa pelaksanaan kerja magang, dapat dilihat dari gambar 2.4 bahwa peserta magang berada di bawah departemen International Business dan dibimbing secara langsung oleh *International Marketing Manager* sebagai *supervisor*. Peserta magang juga bekerja sama dengan beberapa pihak dari berbagai posisi, sebagai berikut:

1) *International Marketing Manager*

Selain sebagai supervisor, peran dari *International Marketing Manager* juga memastikan dalam kelancaran perkembangan pembuatan berbagai produk baru, memantau dan memberikan masukan untuk desain kemasan, bekerja sama dengan para *sales* terutama dari negara Thailand

untuk memastikan visibilitas produk, melakukan kunjungan *market visit* untuk memantau aktivitas kompetitor baik dari segi inovasi maupun harga, dan sebagainya.

2) *Regional Business Development Manager*

Pihak ini berperan sebagai *sales* dari negara-negara tertentu dibawah International Marketing Manager, yaitu Thailand dan UAE. Sebagai *sales*, pihak ini bekerja sama dengan distributor setempat untuk melakukan pemantauan *market*, memasarkan produk baru Yupi, membuat strategi promosi produk khususnya pada produk baru, dan sebagainya.

3) *International Product Development*

Pihak ini berperan dalam pembuatan konsep produk baru baik yang diinisiasi oleh Yupi itu sendiri maupun berdasarkan permintaan distributor melalui *sales*. Maka dari itu, pihak ini bekerja sama dengan berbagai departemen yang ada di pabrik seperti *Packaging Development*, *Research and Innovation* (RnI), *Research and Development* (RnD), hingga mencari *supplier* sesuai dengan kebutuhan produk. Setelah produk baru selesai diproduksi, *International Product Development* akan membuat presentasi yang akan diserahkan kepada *Marketing Manager* dan *Sales* sebagai penunjang penawaran produk kepada para distributor dan toko.

4) *Product Design*

Pihak ini berperan dalam pembuatan keseluruhan desain kemasan seperti *mock-up*, melakukan *Proof Print On Spot* (PPOS) dengan *supplier packaging* dan memastikan bahwa warna dan ukuran sesuai dengan *brief* sebelum adanya produksi massal. Selain mendesain kemasan, pihak ini juga berperan dalam menyediakan desain promosi POSM seperti *banner* dan *display* rak sesuai kebutuhan seluruh pihak di departemen Internasional Bisnis.

5) *Digital Marketing Intern*

Selama menjalankan praktek kerja magang, peserta magang memiliki pekerjaan utama dalam hal pembaharuan dan pengoptimisasian website www.yupindo.com khusus milik departemen Yupi International Business. Selain itu, peserta magang juga melakukan beberapa tugas sampingan seperti proyek produk baru, memasukkan data, mencari *supplier*, dan sebagainya.