

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Industri *Food and Beverage* (FnB) adalah salah satu dari sektor industri yang berkembang dengan pesat di Indonesia. Dapat dilihat pada gambar 1.1, menurut Data Industri Research, *trend* perkembangan pada industri ini selalu meningkat dari tahun ke tahun walaupun mengalami penurunan yang drastis terutama saat pandemi Covid-19 pada tahun 2020 (Data Industri Research, 2025). Akan tetapi, industri ini menunjukkan adanya pemulihan dari waktu ke waktu dengan memanfaatkan *trend*, digitalisasi, dan sebagainya.



Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri *Food and Beverage* di Indonesia

Sumber: Data Industri Research (2025)

Menurut data Good Stats, sebesar 49,25% atau sekitar 53 juta masyarakat kelas menengah merupakan konsumen utama dalam industri ini sehingga pertumbuhan industri makanan dan minuman diprediksi akan meningkat sebesar 7% pada akhir tahun 2024 (Aditiya, 2024). Dengan permintaan yang terus meningkat, kompetisi pada bidang industri ini juga menjadi semakin ketat. Oleh karena itu, para pelaku usaha perlu menyiapkan strategi dan inovasi terbaik mereka dalam menghadapi kompetitor baik di dalam negeri maupun luar negeri.

Salah satu industri makanan yang sedang berkembang pesat adalah industri kembang gula atau permen. Industri ini merupakan salah satu dari industri yang disukai oleh semua kalangan usia terutama pada anak-anak

sehingga para pelaku usaha pun berusaha untuk menarik perhatian konsumen dengan cara mengeluarkan berbagai inovasi. Maka dari itu, persaingan industri permen semakin kompetitif akibat beragamnya jenis, bentuk, ukuran, dan rasa permen baru yang muncul di pasaran baik dalam negeri maupun luar negeri dengan menargetkan kalangan-kalangan tertentu.

PT Yupi Indo Jelly Gum sebagai *market leader* kategori permen *gummy* di Indonesia, dengan pangsa pasar sebesar 66,5%, perlu memperkuat posisinya terutama di pangsa pasar internasional (Nadya, 2025). Departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum memiliki tujuan baru, yaitu untuk melakukan ekspansi pasar Asia Pasifik khususnya pada Malaysia, Vietnam, Filipina, dan China. Hal ini juga sejalan dengan perubahan sifat transparansi perusahaan dari perusahaan tertutup menjadi perusahaan terbuka (Tbk). Perubahan ini membuat perusahaan harus menyediakan berbagai informasi secara lebih rinci yang ditujukan kepada calon *stakeholder*.

Hingga saat ini, Yupi telah melakukan ekspansi *market* ke lebih dari 50 negara dengan menguasai 23,4% pangsa pasar pada kategori permen *gummy* di Thailand, 21,2% di Malaysia, dan 17,2% di Singapura (Nadya, 2025). Berbagai inovasi telah dilakukan oleh Yupi dengan mengeluarkan berbagai kategori *gummy* seperti *Novelties*, *Fun World*, *Everyday Treat*, dan *Festivities*. Selain itu, ada juga bentuk *gummy* yang unik seperti *extruder*, *Bolicious* yang merupakan kombinasi antara jeli dan kolagen, *marshmallow*, dan *filled stick*.

Namun, keberhasilan Yupi di pasar internasional tidak hanya bergantung dari berbagai inovasi produk, melainkan juga dari hasil kerja sama dengan pada distributor lokal di negara-negara tersebut. Untuk dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan tujuan untuk mendukung proses ekspansi bisnis, PT Yupi Indo Jelly Gum khususnya di Departemen International Business membutuhkan *company profile* yang lebih komprehensif sebagai media untuk memperkenalkan Yupi secara umum dimulai dari informasi-informasi perusahaan, produk, hingga layanan jasa lainnya seperti OEM (*Original Equipment Manufacture*).

*Company profile* adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjelaskan nilai, tanggung jawab, reputasi perusahaan, dan keunggulan produk yang ditujukan kepada para *stakeholders* maupun calon *stakeholders* (Muhammad et al., 2018). Selain sebagai alat pemasaran, *company profile* berfungsi sebagai representasi perusahaan dalam setiap pesan yang dapat diproduksi melalui media cetak maupun media digital seperti video. Oleh karena itu, penyusunan *company profile* harus memperhatikan desain visual, *layout*, *copywriting*, dan sebagainya agar dapat sesuai citra atau *value* perusahaan.

Selama ini, PT Yupi Indo Jelly Gum melakukan kegiatan *Business to Business* (B2B) dengan cara berpartisipasi dengan *event-event* permen internasional dengan menyebarkan brosur, kartu nama, dan sampel produk secara tradisional. Brosur maupun sampel produk yang diberikan pun bersifat terbatas dan hanya fokus kepada produk-produk unggulan Yupi Internasional saja sehingga produk lainnya tidak dikenal luas.

Selain itu, berdasarkan hasil diskusi antara peserta magang dan Marketing Manager Departemen International Business, *company profile* ini akan digunakan sebagai media pengenalan kepada para *stakeholders* seperti *owner* dan investor. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa proyek ini merupakan *digital company profile* pertama untuk departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum dengan memberikan informasi-informasi terupdate, rinci, dan hanya digunakan untuk *internal* perusahaan saja.

Dengan adanya urgensi ini, peserta magang mengajukan diri untuk membuat *company profile* sebagai solusi dari permasalahan ini. Dalam *company profile* ini, peserta magang akan menjelaskan mengenai visi, misi, nilai, sejarah perkembangan perusahaan, kategori produk, jasa atau layanan, sistem keamanan makanan, kapabilitas, katalog produk, distributor, dan sebagainya. Untuk mempermudah pendistribusian dan fleksibilitas dalam penggunaannya, peserta magang akan menyusun *company profile* dalam format buku digital interaktif berukuran A4.

Harapannya, *company profile* ini dapat mempercepat proses kerja sama antara PT Yupi Indo Jelly Gum dengan pihak luar perusahaan sekaligus membuka peluang ekspansi ke pasar-pasar baru sehingga dapat memperkuat daya saing perusahaan di tengah tren permen yang terus meningkat.

## 1.2. Tujuan Karya

Tujuan dari adanya perancangan dan pembuatan *company profile* khususnya untuk Departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum adalah untuk menjadi salah satu bentuk *marketing tools* dalam menjalin hubungan kerja sama dengan calon distributor baru yang berpotensi menjadi partner di masa mendatang sehingga dapat memperkuat posisi Yupi sebagai *gummy candy* di pasar global. Hal ini dilakukan dengan menyediakan berbagai informasi umum mulai dari penjelasan terkait perusahaan, pencapaian, produk dan jasa yang disediakan, hingga penjelasan produk-produk Yupi secara mendalam.

## 1.3. Kegunaan Karya

### 1.3.1. Kegunaan Akademis

Karya *company profile* ini dapat digunakan oleh mahasiswa, khususnya mahasiswa UMN, sebagai referensi dalam merancang dan membuat *company profile* yang berfokus pada pasar internasional.

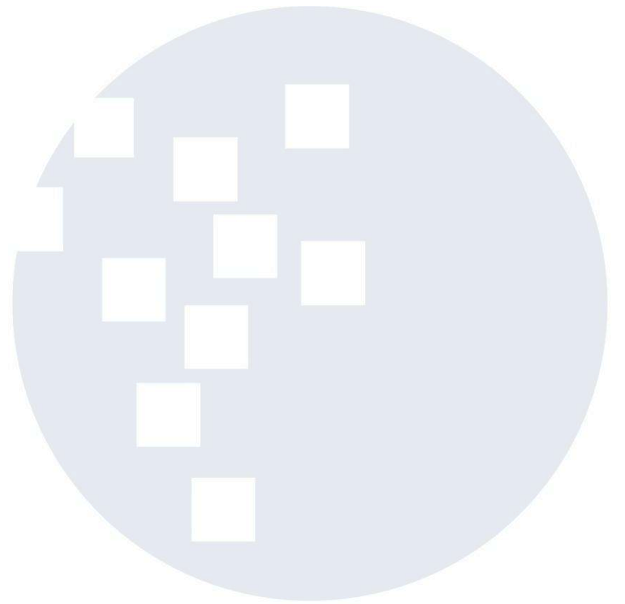
### 1.3.2. Kegunaan Praktis

Karya *company profile* ini dapat digunakan oleh PT Yupi Indo Jelly Gum sebagai alat pemasaran strategis untuk menarik dan meyakinkan calon distributor potensial sehingga dapat mempermudah jalur pendistribusian produk-produk Yupi yang berdampak pada penguatan posisi Yupi di pasar internasional.

### 1.3.3. Kegunaan Sosial

Karya *company profile* ini berfungsi sebagai jembatan awal dalam membangun kepercayaan dan hubungan positif terutama untuk distributor dan konsumen dari berbagai negara ekspor Yupi. Hal ini dapat dicapai dengan mengkomunikasikan komitmen dan nilai-nilai

yang selalu dijunjung tinggi terutama dalam menyediakan inovasi produk.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA