

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Jakarana Tama merupakan salah satu perusahaan manufaktur terkemuka di Indonesia yang bergerak di industri makanan, khususnya dalam produksi mi instan, sosis, dan makanan kaleng. Perusahaan ini pertama kali didirikan pada tanggal 20 Juni 1980 dan memulai operasional komersialnya dengan visi yang kuat untuk menyajikan produk pangan berkualitas tinggi, higienis, serta terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Pabrik utama perusahaan ini berpusat di kawasan Ciawi, Bogor, Jawa Barat, yang dilengkapi dengan mesin-mesin berteknologi modern standar industri untuk menjaga konsistensi kualitas rasa dan pemenuhan regulasi keamanan pangan nasional. Perjalanan panjang selama puluhan tahun di industri *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG) membuktikan ketahanan dan kemampuan adaptasi perusahaan yang luar biasa dalam menghadapi dinamika pasar pangan di Indonesia.



Gambar 2 1. Logo PT. Jakarana Tama
(Sumber: Dokumen Perusahaan, April 2025)

Pada awal masa berdirinya di dekade 1980-an, perusahaan fokus pada pemenuhan pasar mi instan reguler di dalam negeri dengan memproduksi varian mi instan yang disukai oleh lidah masyarakat lokal. Seiring berjalannya waktu dan ketatnya persaingan di industri mi instan yang didominasi oleh pemain-pemain besar, PT Jakarana Tama menyadari pentingnya melakukan berbagai inovasi besar untuk membedakan produknya dari kompetitor. Langkah strategis ini diambil guna menciptakan ceruk pasar (*niche market*) baru yang lebih spesifik dan potensial.

Salah satu tonggak sejarah terbesar dan menjadi titik balik kejayaan perusahaan adalah ketika meluncurkan merek "Mie Gaga" yang mengusung konsep varian rasa unik, berani, dan berbeda dari mie instan pada umumnya di Indonesia. PT Jakarana Tama memelopori tren mi instan dengan cita rasa super pedas yang otentik lewat peluncuran seri Mie Gaga "Goreng Jalapeno" dan "Kuah Jalapeno" yang menggunakan cabai jalapeno khas Meksiko, serta seri produk Mie Gaga "Soto Cabe Ijo" dan "Lada Hitam". Inovasi ini sukses besar di pasaran, meledak di kalangan pecinta kuliner pedas, dan membuat nama perusahaan semakin diperhitungkan secara nasional di industri retail. Merek Mie Gaga bertransformasi menjadi ikon mie pedas yang sangat melekat di hati konsumen dari berbagai generasi.

Tidak berhenti pada kesuksesan produk mie pedas reguler, perusahaan terus bergerak dinamis membaca pergeseran tren pasar global dan lokal, terutama meluasnya budaya populer Korea (*Korean Wave*) di kalangan generasi muda Indonesia. Untuk menangkap peluang emas tersebut, PT Jakarana Tama melakukan perluasan portofolio bisnis secara masif dengan meluncurkan merek "Arirang". Produk mi instan premium bergaya Korea ini dirancang secara khusus untuk menyasar segmen pasar anak muda, pencinta kuliner modern, serta konsumen menengah ke atas yang menginginkan tekstur mi yang lebih tebal dan kenyal dengan sensasi rasa kuah khas Negeri Ginseng. Peluncuran Arirang semakin memperkokoh posisi PT Jakarana Tama sebagai produsen pangan yang inovatif dan tanggap terhadap selera pasar yang modern.

Hingga saat ini, PT Jakarana Tama telah berkembang pesat dari sebuah pabrik produksi lokal menjadi korporasi besar yang memiliki jaringan distribusi logistik yang sangat luas dan merata. Perusahaan membangun banyak kantor cabang, pusat distribusi, serta mempekerjakan ratusan staf lapangan promosi untuk mengamankan ketersediaan stok produk di jaringan retail modern maupun pasar tradisional di Wilayah Jawa, Wilayah Sumatra, hingga merambah ke pasar ekspor mancanegara. Keberhasilan ini tidak lepas dari konsistensi perusahaan dalam menjaga mutu produk serta keaktifan sub-departemen *Event Marketing* dalam menggelar berbagai program aktivasi merek langsung di tengah pameran besar masyarakat.

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

| No. | Kegiatan | Bulan | | | | |
|-----|------------------------------------|-------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Pengenalan Perusahaan & Lapangan | | | | | |
| 2 | Pelaksanaan Magang | | | | | |
| 3 | Pengumpulan Data | | | | | |
| 4 | Penyusunan Laporan Kegiatan | | | | | |
| 5 | Pengumpulan Hasil Laporan Kegiatan | | | | | |

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

2.1.1.1

- **Visi Perusahaan**

Visi utama dari PT Jakarana Tama adalah menjadi salah satu perusahaan manufaktur makanan olahan terkemuka, terpercaya, dan inovatif di Indonesia yang mampu menghasilkan produk-produk berkualitas tinggi, aman dikonsumsi, serta memberikan nilai tambah yang berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*), mitra bisnis, dan konsumen luas.

- **Misi Perusahaan**

Guna mewujudkan visi besar tersebut, PT Jakarana Tama merumuskan beberapa misi operasional yang dijalankan secara konsisten oleh seluruh divisi di dalam perusahaan:

- Memproduksi makanan olahan mi instan dengan standar keamanan pangan tertinggi yang mematuhi regulasi nasional maupun internasional.
- Menyediakan produk makanan yang inovatif, bercita rasa khas, dan sesuai dengan perkembangan selera konsumen modern yang dinamis.
- Membangun jaringan distribusi penjualan yang kuat, merata, dan efektif di seluruh area wilayah Indonesia guna memastikan ketersediaan produk di pasar.

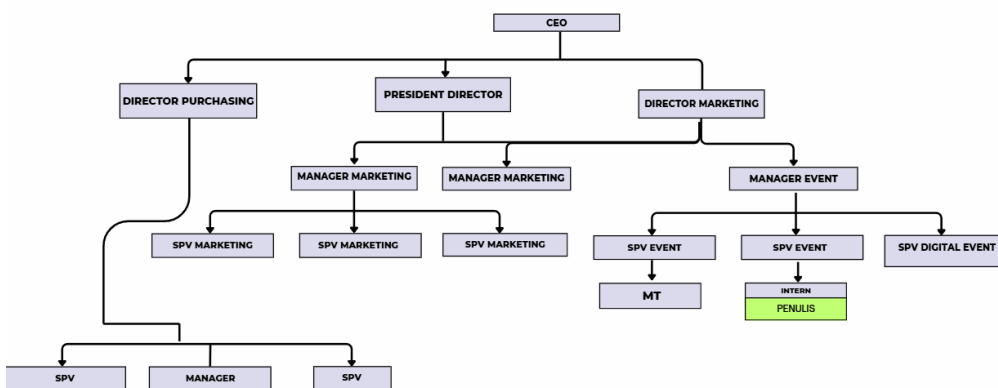
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2 2 Visi Misi PT. Jakarana Tama

(Sumber : Dokumen Perusahaan, 2025)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2 3 Struktur Organisasi Perusahaan

(Sumber : Dokumen Pribadi Penulis, 2026)

PT Jakarana Tama menerapkan sistem struktur organisasi fungsional yang tertata dengan rapi untuk memastikan alur koordinasi, pengambilan keputusan, pembagian tanggung jawab, serta birokrasi kerja antar-divisi berjalan dengan

efektif dan efisien. Kantor pusat PT Jakarana Tama dipimpin secara tertinggi oleh seorang Direktur Utama (*President Director*). Selain itu terdapat juga jajaran direksi dan manajer divisi lainnya yaitu *Director of Production*, *Director of Supply Chain & Logistics*, *Director of Finance & Accounting*, *Director of Human Capital & General Affairs*, *Director of Legal*, dan *Director of Sales & Marketing*. Pada struktur organisasi tersebut, penulis terdapat pada divisi *Marketing & Sales Department*, khususnya di sub-departemen *Event Marketing* yang dipimpin oleh Bapak Rengga Agusti selaku *Event Marketing Manager* dan disupervisikan oleh Bapak Abdul Rahman selaku *Supervisor Event*. Pada divisi *Event Marketing* tempat penulis bernaung, terdapat 3 orang karyawan tetap yaitu *Event Marketing Manager*, lalu *Supervisor Event*, dan juga karyawan jalur *Management Trainee (MT)*, lalu terdapat karyawan magang yang di mana penulis melakukan kerja magang di PT Jakarana Tama.

