

## **BAB 2**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini menguraikan profil dan gambaran umum dari instansi tempat pelaksanaan praktik kerja magang, yaitu PT Mayora Indah Tbk. Pembahasan pada bab ini mencakup deskripsi komprehensif mengenai sejarah singkat berdirinya perusahaan hingga menjadi entitas global, penjabaran visi dan misi yang menjadi landasan strategis kegiatan operasional, serta pemaparan struktur organisasi perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan tata kelola departemen *IT Infrastructure* sebagai lokasi utama penugasan selama masa magang.

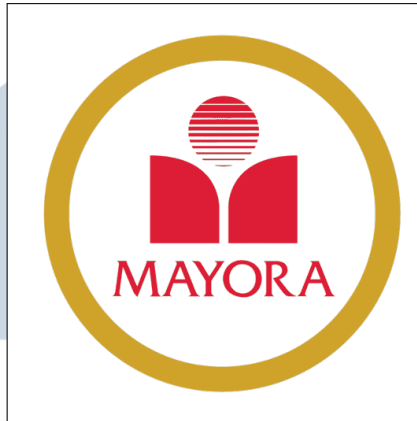
#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Berdiri sejak tahun 1977, PT Mayora Indah Tbk memulai kegiatan operasionalnya melalui fasilitas produksi perdana yang terletak di Tangerang. Pada masa awal tersebut, fokus pemasaran perusahaan ditujukan untuk menjangkau konsumen di area Jakarta dan sekitarnya. Seiring dengan keberhasilannya memenuhi kebutuhan pasar domestik, perusahaan melangkah menjadi entitas publik melalui Penawaran Umum Perdana pada tahun 1990. Langkah strategis ini sejalan dengan perluasan sasaran konsumen menuju kawasan Asean, yang kemudian terus berkembang merambah berbagai negara di wilayah Asia. Hingga saat ini, distribusi produk perusahaan telah berhasil menembus pasar global dan menjangkau lima benua [9].

Dalam kapasitasnya sebagai salah satu *Fast Moving Consumer Goods Companies*, PT Mayora Indah Tbk mengukuhkan reputasinya selaku pembuat produk makanan bermutu tinggi. Keberhasilan tersebut dibuktikan melalui perolehan berbagai apresiasi prestisius. Beberapa di antaranya meliputi “Top Five Best Managed Companies in Indonesia” yang diberikan oleh Asia Money, “Top 100 Exporter Companies in Indonesia” dari majalah Swa, serta “Top 100 public listed companies” dari majalah Investor Indonesia. Selain itu, perusahaan juga meraih predikat “Best Manufacturer of Halal Products” dari Majelis Ulama Indonesia, *Best Listed Company* dari Berita Satu, hingga “Indonesia’s Corporate Secretary Award, Top 5 Good Corporate Governance Issues in Consumer Goods Sector” yang dianugerahkan oleh Warta Ekonomi, beserta sederet penghargaan lainnya.

Identitas visual perusahaan direpresentasikan oleh logo PT Mayora Indah

Tbk seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Logo PT Mayora Indah Tbk

Pertumbuhan pesat skala operasional PT Mayora Indah Tbk tidak dapat dilepaskan dari kualitas dan inovasi berkelanjutan yang ditanamkan pada rangkaian produk unggulannya. Portofolio produk perusahaan yang komprehensif, mencakup berbagai kategori makanan ringan dan minuman siap konsumsi berstandar tinggi, telah menjadi pilar utama kesuksesan di kancah domestik dan internasional. Penetrasi pasar yang luas dari ragam produk tersebut turut mendorong pertumbuhan penjualan lokal serta memperkuat posisi perusahaan sebagai eksportir produk makanan dari Indonesia.

Distribusi produk ke lima benua mencerminkan penerapan standar konsumsi global di perusahaan. Hingga saat ini, produk-produk naungan korporat telah dinikmati oleh basis konsumen di lebih dari 100 negara. Ekspansi internasional dalam volume tinggi ini didukung oleh sistem produksi dan distribusi yang terintegrasi. Sejalan dengan hal tersebut, manajemen perusahaan memprioritaskan peningkatan teknologi industri, baik dari sektor manufaktur mesin, sistem pergudangan, hingga modernisasi infrastruktur informasi dan perangkat lunak secara keseluruhan guna menunjang kelancaran operasional.

## 2.2 Visi dan Misi Perusahaan

PT Mayora Indah Tbk memiliki pedoman utama sebagai arah pergerakan strategis serta tanggung jawab sosial operasional bisnis perusahaan. Adapun visi dan misi tersebut adalah sebagai berikut [9].

1. Menjadi produsen makanan dan minuman yang berkualitas dan terpercaya di

mata konsumen domestik maupun internasional dan menguasai pangsa pasar terbesar dalam kategori produk sejenis.

2. Dapat memperoleh laba bersih operasi di atas tingkat standar industri dan memberikan *value added* yang baik bagi seluruh *stakeholders* perseroan.
3. Dapat memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan negara tempat perseroan berada.

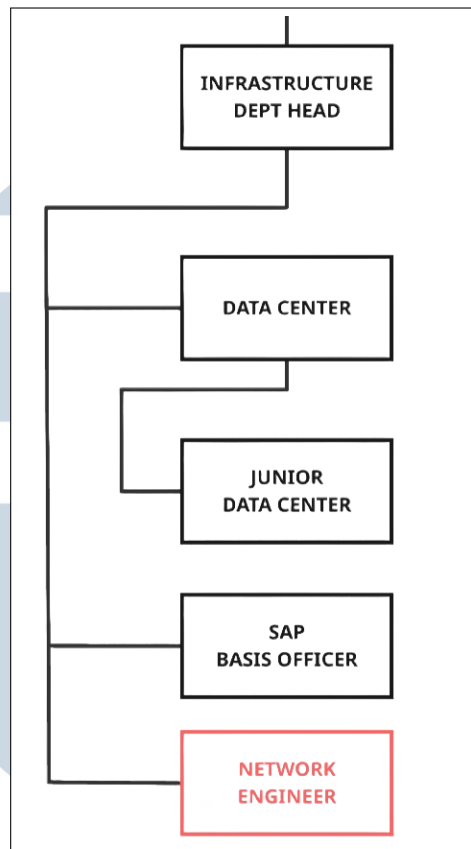
### **2.3 Struktur Departemen *IT Infrastructure***

Mengingat luasnya skala operasional PT Mayora Indah Tbk, pemaparan hierarki struktural pada laporan ini secara spesifik dibatasi hanya pada struktur internal lokasi penugasan, yaitu departemen *IT Infrastructure*.

Departemen *IT Infrastructure* bertanggung jawab langsung dalam pengelolaan dan pemeliharaan seluruh infrastruktur jaringan, *server*, serta sistem pendukung operasional lintas divisi di PT Mayora Indah Tbk. Pemusatan pengelolaan teknis ini ditujukan untuk meminimalisir gangguan operasional harian sehingga alur bisnis perusahaan dari tingkat manajemen pusat hingga pabrik dapat berjalan berkesinambungan.

Gambaran hierarki kepemimpinan dan fungsional di dalam departemen ini dapat diamati secara visual pada Gambar 2.2. Penempatan posisi magang secara khusus terfokus pada subdivisi *Network Engineering*, yang ditandai secara representatif dengan sorotan kotak merah pada bagan tersebut.

U I M N  
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. Struktur Departemen *IT Infrastructure*

Dengan adanya struktur fungsional internal yang jelas, distribusi penugasan serta garis eskalasi penyelesaian kendala teknis dapat berjalan lebih terarah. Posisi magang secara khusus ditempatkan di bawah naungan subdivisi *Network Engineering*, sebagaimana ditandai pada bagan di atas.

#### 2.4 Portofolio Perusahaan

Portofolio PT Mayora Indah Tbk didominasi oleh produk konsumen harian dalam enam kategori utama, yaitu biskuit, kembang gula, wafer, coklat, kopi, dan makanan kesehatan. Pada tiap kategori tersebut, perusahaan menampilkan sejumlah merek unggulan melalui laman resmi korporat sehingga portofolio bisnisnya terlihat kuat dan terdiversifikasi tanpa bergantung pada satu lini produk saja [10].

Dalam konteks kerja sama dengan klien dan pasar, model bisnis Mayora bertumpu pada jaringan distribusi dan pelanggan yang luas, baik domestik maupun internasional. Capaian ekspor perusahaan menunjukkan penetrasi pasar yang konsisten, termasuk ekspor produk bermerek Indonesia ke lebih dari 100 negara,

seperti Amerika Serikat, Rusia, kawasan Timur Tengah (*Middle East*), RRC, Filipina, serta negara-negara ASEAN [11]. Selain itu, pada periode Juni 2020 perusahaan melaporkan pelepasan kontainer ekspor ke 4.000 dengan nilai Rp1,07 triliun, serta akumulasi 17.000 kontainer sepanjang Januari hingga Juni 2020. Data ini mencerminkan keberlanjutan kerja sama dagang perusahaan dengan pembeli dan mitra distribusi di pasar ekspor [12].

Portofolio perusahaan juga didukung oleh kemitraan hulu yang memperkuat keberlangsungan pasokan. Dalam publikasi resmi perusahaan disebutkan bahwa ekosistem Mayora melibatkan mitra dari sektor pertanian dan tenaga kerja, termasuk pembinaan petani kopi dan singkong. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan portofolio Mayora tidak hanya berasal dari banyaknya produk, tetapi juga dari kesinambungan rantai nilai dari pemasok, proses produksi, hingga pelanggan akhir [11]. Volume operasional dan distribusi global ini memerlukan dukungan dan stabilitas infrastruktur teknologi informasi selama 24 jam di seluruh lini perusahaan.

