

## BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

### 2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Multisari Langgengjaya atau dikenal dengan Marizafoods adalah instansi distributor pada bidang industry *Food and Beverage* yang bernaung diatas PT. Marizarasa Sarimurni, yang dimana PT. Marizarasa Sarimurni ini merupakan perusahaan yang memproduksi berbagai produk sehingga tercetuslah *brand* Marizafoods. Perusahaan ini telah berdiri selama 49 tahun yakni tahun 1973 oleh Bapak Jatmattama dan Ibu Enggawatti. Marizafoods berlokasi di Kota Tangerang, Banten, tepatnya Jl. KH Hasyim Ashari No. 8, Cipondoh.



Produk utama yang dikenalkan oleh Marizafoods ini adalah Selai Kemasan. Selai Kaya Kemasan ini terbuat dari bahan pilihan seperti air kelapa, telur, santan dan pandan wangi. Tidak sampai disitu saja, Marizafoods terus memiliki inovasi dengan mengeluarkan varian rasa lainnya, yaitu cokelat serta rasa kacang. Di tahun 1976, Marizafoods tidak pantang menyerah dan terus memberikan berbagai inovasi baru lainnya untuk produk yang dimiliki, sehingga akhirnya tercetuslah produk lapis legit (*Layer Cake*). Namun, lapis legit ini hanya dibuat hingga 1 hingga 15 kue perhari saja, hal ini dikarenakan proses produksi yang digunakan masih mengandalkan teknik pemanggangan sederhana. Marizafoods terus bermimpi mengejar goals yang diinginkan dengan meningkatkan segala upaya, mulai dari kapasitas, distribusim dan juga pangsa pasar dari produk, serta berkeinginan untuk terus memperluas jangkauan pasar agar selalu bisa menjadi perusahaan makanan pertama baik untuk Pasar Domestik maupun Internasional.

Pada akhirnya, Marizafoods menjadi perusahaan pertama yang dapat menjual lapis legit keseluruh negara di dunia, diantaranya Australia, China, Brunei, Hong Kong, Japan, Malaysia, Taiwan, Saudia Arabia, Singapore, Netherland dan USA. Selain itu, Marizafoods juga berhasil membangun proses dari setiap produk

maupun proses pengemasan dari produk yang dimilikinya agar bisa tetap bertahan lama, dengan melakukan teknik dipanggang satu demi satu serta memberikan pengemasan produk mereka dengan sistem vakum, hingga akhirnya sukses untuk menjadikan produk bertahan lama selama dua belas bulan, namun tetap dalam suhu ruangan dan berhasil memproduksi 3 merek yaitu Mariza, Monica, dan juga Morisca. Meskipun sudah mencapai puncak keberhasilan, Marizafoods tetap mencari perbaikan dan mengembangkan inovasi untuk produk-produk makanan terbaru dengan macam ragam yang bervariasi. Sehingga dalam era digitalisasi sekarang ini, perusahaan Marizafoods selalu memberikan upaya untuk terus menjadi perusahaan yang didasari atas filosofi inovasi berdasarkan produk yang dibuat oleh bahan yang berkualitas.

### **1) Visi dan Misi Perusahaan**

Marizarasa Sarimurni memiliki visi supaya selalu melahirkan instansi makanan dan minuman yang tidak hanya terkemuka di Indonesia saja, tetapi juga berkeinginan untuk mencapai hingga Internasional. Oleh karena itu, PT Marizarasa Sarimurni berdedikasi mengejar misi dengan membentuk dan mengembangkan SDM yang memiliki kualitas dan rasa tanggung jawab secara berkesinambungan di lingkungan perusahaan sesuai dengan budaya perusahaan yang ada. Sehingga adanya pelatihan yang dilakukan dapat menjadi suatu kegiatan yang penting dijalani oleh instansi ini.

PT. Marizarasa Sarimurni akan selalu mempertahankan kemajuan dari serta inovasi dari seluruh produk yang dimilikinya, dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas dan memenuhi standar kualitas internasional dengan menerapkan Sistem Keamanan Pangan (*Food Safety Management System*), sehingga perusahaan dapat memberikan manfaat serta kepuasan untuk pelanggan. Perusahaan juga beradaptasi dengan perkembangan globalisasi dunia yang bersikap dinamis, profesional, dan menggunakan kemajuan teknologi secara maksimal, sehingga produk yang dimiliki perusahaan ini diproses dengan teknologi modern.

### **2) Perkembangan Perusahaan**

PT. Marizarasa Sarimurni atau Marizafoods berdiri pada tahun 1973, perusahaan ini selalu mengedepankan inovasi sebagai perusahaan *food and beverage* pertama di dunia, meski pada awalnya produksi yang dipakai

menggunakan peralatan yang sangat sederhana, tetapi perusahaan selalu mencari cara agar produknya dapat disebarluaskan secara massal, hingga akhirnya 3 produk utamanya yaitu Selai Srikaya, Mariza Topping Jam, dan Mariza Kue Lapis membawa keberuntungan yang menjadikan perusahaan ini meraih penghargaan. Tidak hanya sampai sini saja kesuksesan yang diraih oleh Marizafoods, Marizafoods terus mencari perbaikan dan inovasi-inovasi baru agar produknya dapat tersebar, hingga pada akhirnya Marizafoods berhasil memanfaatkan teknologi untuk mempertahankan umur produknya sehingga produknya dapat bertahan hingga 12 bulan.

Selain itu, perusahaan Marizafoods juga terus berkembang untuk memperluas bisnisnya melalui *B2B* dan *B2C*. Dari *B2B* yang akan dilakukan yaitu melakukan mendistribusikan produk yang dimiliki oleh Marizafoods kepada para pelaku bisnis *retail* dan juga *supplier* dengan fokus pada bidang bisnis makanan dalam skala cukup besar. Sedangkan *B2B* dijalani yakni dengan melakukan pendistribusian produk kepada *Customer* secara langsung. Produk *B2C* itu sendiri terus melakukan perkembangan hingga mencetus sebanyak tujuh merk berbeda namun untuk jenis yang dimilikinya tetap sama. Produk ini terdiri dari Mariza, Srikaya, Sarikaya, Monica, Morisca, Morita, dan juga Global.

### **3) Penghargaan Perusahaan**

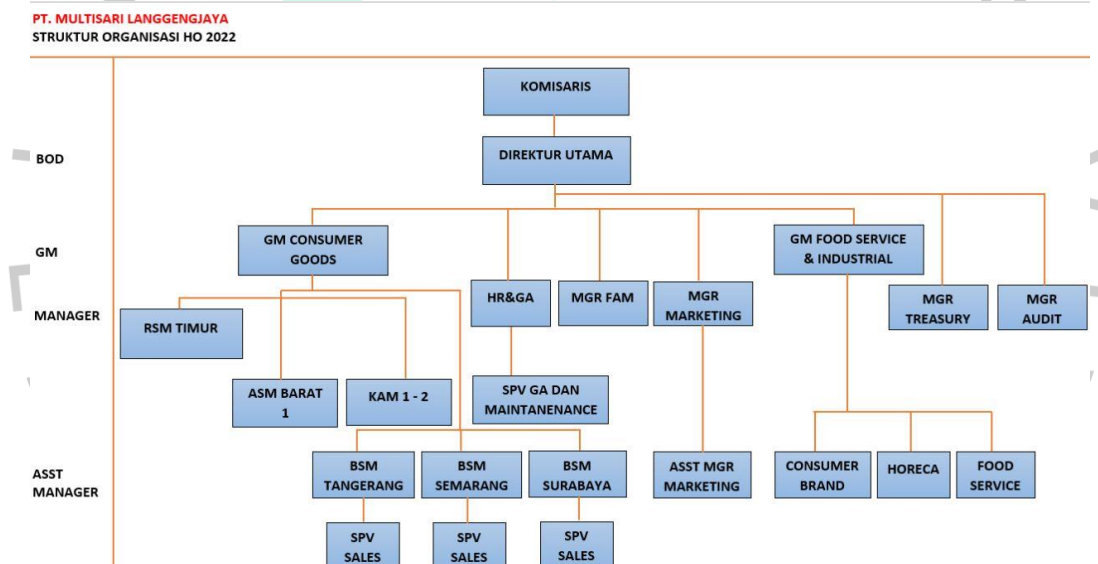
Selama berjalannya instansi dalam mengembangka sebuah merk, Marizafoods meraih berbagai apresiasi, diantaranya:

1. Meraih Apresiasi pertama di Indonesia dari TRAS NCO untuk tiga produk pertama di Indonesia yakni Selai Srikaya, Mariza Topping Jam, dan Mariza Kue Lapis.
2. Meraih Apresiasi Adi cipta Nug raha Awards sebagai Success and Superiority in Cake & Jam Sales in Domestic and Foreign Country.
3. Meraih Apresiasi Trophy and UPAKARTI Certificate dari Presiden Indonesia.
4. Meraih Apresiasi Quality Control pada sebuah produk ketika berada di Saudi Arabia.
5. Meraih Apresiasi XX pada Internasional Awards untuk the best trade name di Spanyol.

6. Meraih Apresiasi sebagai Asia Star Awards untuk Packaging di Japan, Spain dan juga Tokyo.
7. Meraih Apresiasi pada VII Internasional Food Awards di Barcelona, dan juga Spain.
8. Meraih Apresiasi pada VIII Internasional Food Awards di Dusseldorf, West, and Germany
9. Meraih Apresiasi pada International America Awards untuk Foods Quality di New York, USA.

## 2.2 Struktur Organisasi

PT. Multisari Langgengjaya memiliki struktur organisasi yang digunakan untuk mendefinisikan hierarki dalam perusahaan. Berikut adalah penjelasan serta tugas dari semua posisi yang ada di PT. Multisari Langgengjaya :



**Gambar 2. 1 Struktur Organisasi pada PT. Multisari Langgengjaya**

Sumber: PT. Multisari Langgengjaya 2022

### a) Komisaris

Komisaris adalah salah satu jabatan yang paling tinggi dalam sebuah perusahaan yang memiliki tugas untuk memberikan perintah kepada perusahaan yang dinaunginya tersebut. Selain itu, memiliki tanggung jawab untuk mengeluarkan hak dalam memilih, mendukung, maupun memberikan nilai pada seluruh kinerja karyawan dalam perusahaan. Komisaris juga memiliki hak penanggung jawab kepada seluruh pemilik saham dan juga ikut andil dalam pengawasan RJPP dan RKAP.

**b) Direktur Utama**

Direktur Utama mendapatkan rasa tanggung jawab untuk menjadi pemangku kepentingan dalam berjalannya sebuah perusahaan dengan tugas menyusun strategi serta mengevaluasi kesuksesan perusahaan, selain itu perlu untuk melakukan pengecekan anggaran tahunan yang dimiliki oleh perusahaan sebelum nantinya akan dikirimkan kepada pemegang saham dari perusahaan itu sendiri, Dimana, dalam hal ini juga memiliki tanggung jawab pada bagaimana arah perusahaan kedepannya, dengan memberikan berbagai kebijakan serta mengawasi jalannya kebijakan tersebut.

**c) Treasury**

*Treasury* memiliki tanggung jawab untuk mengelola seluruh aset keuangan dalam instansi dengan tujuan supaya kondisi keuangan instansi dapat terbukti dan mencukupi untuk menjaga keberlangsungan bisnis. *Treasury* juga memiliki tanggung jawab untuk menjaga likuiditas perusahaan.

**d) Audit**

Audit memiliki tanggung jawab untuk memastikan perusahaan sudah mengikuti *system* pencatatan yang terdokumentasi, dengan mengukur pondasi kesesuaiannya antar informasi dan juga kriteria yang telah instansi tersebut tetapkan. Audit juga harus bisa meyakinkan jika *system* pencatatan dengan adanya tata Kelola agar terbebaskan oleh adanya kesalahan ataupun penipuan (*fraud*).

**e) General Manager**

General Manager tentunya mendapatkan tanggung jawab untuk memberikan rancangan, melakukan implementasi, memberikan koordinasi, melakukan pemantauan dan melakukan analisa seluruh kegiatan ataupun aktivitas dari komersial instansi, sehingga bertanggung jawab atas segala bagian fungsi instansi itu sendiri. semua kegiatan komersial perusahaan.

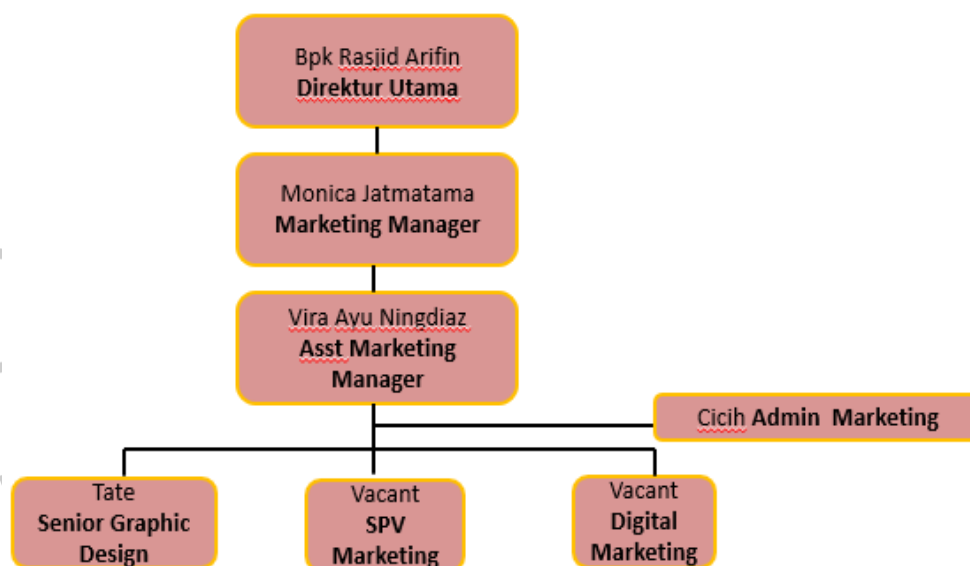
**f) Marketing**

Marketing memiliki tanggung jawab untuk membangun *Branding* dan Persona Perusahaan dengan mengenalkan produk-produk yang dimiliki perusahaan kepada konsumen dan juga calon konsumen. Marketing juga untuk mempertahankan loyalitas konsumen dalam proses pemasaran yang dijalaninya.

**g) HR & GA**

*Human Resource* mendapatkan rasa tanggung jawab untuk memilih pekerja yang dirasa sesuai dengan kriteria instansi. Dalam hal ini, tidak untuk melakukan pemilihan karyawan berdasarkan pengalaman yang dikantonginya saja, tetapi juga disesuaikan dengan budaya kerja di perusahaan. *Human Resource* juga bertugas untuk mengawasi kinerja karyawan serta mendistribusikan gaji karyawan. Sedangkan *General Affair* memiliki tanggung jawab untuk mengurus pengadaan barang, mengontrol pembayaran tenaga kerja harian, membuat urusan perizinan dan berbagai fasilitas atau aset yang dimiliki perusahaan lainnya.

### STRUKTUR ORGANISASI DIVISI MARKETING



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Divisi Marketing di PT. Multisari Langgengjaya  
Sumber: PT. Multisari Langgengjaya 2022

#### a) Marketing Manager

Marketing manager mendapatkan rasa tanggung jawab untuk mengepalai seluruh rancangan kampanye dari pemasaran yang dilakukan oleh instansi, memberikan jalannya strategi pemasaran yang dibuat, mengatur setiap kinerja karyawan marketing, Mengatur segala budget yang diperlukan saat melakukan pemasaran produk dan mengevaluasi strategi pemasaran.

#### b) Asisstant Marketing Manager

Assistant Marketing Manager mendapatkan rasa tanggung jawab untuk mengerjakan dan juga memberikan strategi instansi, Menyusun koordinasi data dari seluruh kegiatan yang dijalani. Selain itu assistant manager juga bertugas

untuk menyusun laporan harian kerja dan menyusun serta mengkoordinasi dalam hal evaluasi dari setiap kegiatan yang dilakukan.

**c) Admin Marketing**

Admin Marketing memiliki tanggung jawab untuk mengurus data penjualan perusahaan, melakukan *cross check* setiap data yang masuk, membuat laporan, Melakukan kegiatan yang berkaitan dengan administrasi. Selain itu admin marketing juga bertanggung jawab untuk mengelola database customer dan melakukan proses penjualan.

**d) Graphic Design**

*Graphic Design* atau Desain Grafis mendapatkan rasa tanggung jawab untuk membuat berbagai desain dari seluruh rancangan kegiatan atau pun bungkus dari produk yang dimiliki instansi.

**e) Sosial Media Spesialis**

Sosial Media Spesialis memiliki rasa tanggung jawab untuk melakukan perencanaan, melakukan produksi, serta evaluasi jalannya seluruh acara yang dijalani dengan pemasaran melalui seluruh platform social media yang dimiliki instansi. *Social Media Specialist* juga bertugas untuk membuat kampanye, mengoperasionalkan seluruh kegiatan marketing, dan mengelola beberapa desain social media Marizafoods.. Dalam menjalankan program Kegiatan Profesi, praktikan menjadi bagian dari *Social Media Specialist* yang memiliki tanggung jawab penuh dalam mengelola seluruh akun *social media* perusahaan.

**2.3 Kegiatan Umum Perusahaan**

Kegiatan umum yang dilakukan sebagai perusahaan distributor dari Marizafoods adalah mendistribusikan hasil-hasil produk yang dihasilkan oleh PT. Marizarasa Sarimurni ke berbagai penjuru Indonesia, serta mengekspornya ke 11 negara diantaranya, Australia, China, Brunei, Hong Kong, Japan, Malaysia, Taiwan, Saudi Arabia, Singapore, Netherland dan USA dengan cara menjualnya melalui *Business to Business (B2B)* yaitu melakukan pendistribusian produk yang dimiliki kepada para pelaku bisnis *retail* dan juga *supplier* yang berfokus pada bidang *bisnis food and beverage* dalam skala yang cukup besar, seperti McDonald's, Unilever dan juga KFC dan untuk produknya itu sendiri dihasilkan dari bahan yang setengah jadi untuk di suplay kembali kepada perusahaan atau industry yang bekerjasama.

Selain *Business to Business*, perusahaan juga melakukan pendistribusian melalui *Business to Customer (B2C)* dengan cara mendistribusikan produk yang dimiliki Marizafoods kepada *Customer* secara langsung atau melalui *E-Commerce* yang dimiliki perusahaan. Perusahaan juga selalu mengedepankan upaya untuk mendekatkan para konsumennya dengan mengadakan kegiatan rutin yang diberi nama *Live Cooking Demo*, kegiatan ini dilakukan secara rutin selama sebulan sekali dengan mengundang pihak internal maupun eksternal (kerja sama dengan komunitas). Kegiatan ini dilakukan secara *Online* maupun *Offline* dengan tujuan untuk mengedukasi para pelaku bisnis kuliner dalam mengembangkan usaha yang dimilikinya. Terlebih, perusahaan Marizafoods berkembang dibidang *food and beverage*. Perusahaan selalu mengedepankan kualitas dan keamanan untuk para konsumennya dengan memberikan produk-produk yang berkualitas sesuai dengan harapan para *customer*.

*Platform* yang digunakan untuk mengadakan *Live Cooking Demo* ini diantaranya, Instagram, Tiktok dan juga *Zoom Meeting*. Untuk *Live Cooking Demo* yang diadakan di Instagram dan juga Tiktok merupakan acara yang dilakukan oleh pihak Internal perusahaan yaitu Juru Masak, divisi *Social Media* serta tim Marketing untuk melakukan proses penjualan secara *Online* dan juga mengajak para masyarakat yang menonton untuk mengelola kembali menu yang dibuat untuk dijadikan ide kebutuhan bisnis kuliner yang dimilikinya. Sedangkan untuk *Live Cooking Demo* yang diadakan melalui *Zoom Meeting* atau secara *Offline*, merupakan acara kerjasama antara Internal Perusahaan dengan Komunitas atau Organisasi lainnya, seperti KADIN DKI Jakarta, Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI), Perkumpulan Penyelenggara Jasa Boga Indonesia (PPJI), dan UMKM kuliner lainnya. Kegiatan ini dilakukan secara rutin agar para peserta dapat memiliki ide kreasi makanan untuk memulai atau mengembangkan bisnis yang dimiliki. Perusahaan juga selalu memberikan dokumen *coasting* dan laba yang didapat setiap penjualan menu kreasi makanan yang sudah dibuat berdasarkan keinginan setiap *client* yang telah bekerjasama dalam *Event* Pelatihan Memasak ini.