

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Sarihusada Generasi Mahardhika

PT. Sarihusada Generasi Mahardhika (Sarihusada) adalah perusahaan yang memproduksi berbagai produk nutrisi untuk ibu hamil & menyusui dan anak dengan harga yang terjangkau yang telah berstandar internasional. Sarihusada telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1954 sebagai wujud nyata Program Kecukupan Protein Nasional yang diselenggarakan pemerintah Indonesia bersama Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB).

Pada tahun 1968 NV Saridele dimiliki perusahaan milik negara (BUMN), PT Kimia Farma. Pada tahun 1972, NV Saridele diubah mejadi PT Sarihusada sebagai hasil dari *joint venture* PT Tiga Raksa dan PT Kimia Farma. Pada tahun 1983, perusahaan melakukan IPO di lantai Bursa Efek Jakarta. Sebagai sebuah perusahaan listing posisi kepemilikan saham mengalami sejumlah perubahan signifikan. Pada tahun 1992, pemegang saham mayoritas Sarihusada dimiliki PT Tiga Raksa. Pada tahun 1998, Sarihusada beraliansi dengan Nutricia International, BV (Royal Numico) untuk memperkuat posisinya di tingkat internasional.

Di tahun 2007, Sarihusada resmi keluar dari Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES) dan merubah status dari perusahaan publik menjadi perusahaan tertutup. Kemudian pada tahun 2008, Danone Group memperoleh Royal Numico sehingga menjadi pemegang saham mayoritas di Sarihusada.

Seiring dengan berjalannya waktu, seluruh lapisan masyarakat terutama ibu dan anak mengenali dan juga mengonsumsi dengan berbagai macam produk-produk bergizi

tinggi dari Sarihusada dengan kualitas yang tetap terjaga. Tempat produksi produk Sarihusada berkawasan di Yogyakarta dan Klaten, Jawa Tengah.

B. Logo dan Arti Nama Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT Sarihusada Generasi Mahardhika

Sumber: Website Sarihusada

<https://www.sarihusada.co.id/Tentang-Kami> (Diakses 28 Mei 2019)

Logo PT Sarihusada memiliki 3 komponen yang saling melekat, yaitu:

1. Komponen pertama adalah garis vector yang membentuk siluet seorang ibu sedang menggendong anaknya. Gambar ini mewakili fokus bisnis Sarihusada yaitu penyediaan nutrisi sejak dimulainya pembuahan hingga anak-anak.
2. Komponen kedua yang melekat disampingnya adalah persegi panjang berwarna merah dengan tulisan Sarihusada berwarna putih. Warna merah putih mengacu pada Indonesia sebagai negara tempat Sarihusada lahir.
3. Komponen ketiga merupakan misi Sarihusada yang melekat di bagian bawah yaitu Nutrisi untuk Bangsa

Logo Sarihusada terbaru dibuat pada tahun 2011 dengan tulisan Sari dan Husada yang masih terpisah. Tahun 2012, seiring dengan perubahan nama PT Sari Husada menjadi PT Sarihusada Generasi Mahardhika, kedua tulisan tersebut digabung menjadi Sarihusada

C. Letak Geografis

PT. Sarihusada Generasi Mahardhika terletak di Jl. Kusumanegara No. 173, Muja Muju, Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Adapun letak PT. Sarihusada Generasi Mahardhika , batasnya adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara: SMAK Negeri 5 Yogyakarta
- b. Sebelah Timur: Jl. Kenari
- c. Sebelah Barat: Bank Mandiri, Jl. Kusumanegara
- d. Sebelah Selatan: Jl. Veteran

D. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi dari PT. Sarihusada Generasi Mahardhika adalah:

Visi:

Menjadi perusahaan nutrisi terdepan dan terpercaya dalam melengkapi kebutuhan gizi, memberikan layanan dan edukasi kepada seluruh ibu dan anak di Indonesia.

Misi:

1. Memperbaiki nutrisi masa pertumbuhan anak-anak Indonesia.
2. Menyediakan produk nutrisi berkualitas, enak dan terjangkau yang merupakan hasil riset dan pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan asupan nutrisi ibu dan anak di 360 minggu awal kehidupan sebagai penentu kualitas kesehatan di masa depan.

3. Berkontribusi aktif melalui kerjasama dengan berbagai pihak dalam melaksanakan program sosial berkelanjutan yang berfokus untuk meningkatkan status gizi ibu dan anak.
4. Menghasilkan pertumbuhan perseroan yang berkesinambungan melalui sistem manajemen berkualitas tinggi dan pendekatan inovatif dalam budaya integritas tinggi.
5. Mengutamakan kepuasan seluruh *stakeholders*.

E. Nilai-Nilai Perusahaan

Sarihusada menerapkan Nilai-Nilai Grup Danone yang merupakan prinsip-prinsip dasar yang memberi jalan tentang bagaimana kami bertindak setiap hari. Nilai-nilai ini kami terapkan pada cara bekerja, cara kami berhubungan dengan mitra, membeli, dan menjual produk, dan merekrut karyawan. Ada empat nilai inti yang terwujud dalam tingkah laku dasar yang memungkinkan kami mewujudkan dalam pekerjaan, yang dikenal dengan “*HOPE*”, yaitu:

HUMANISM (Kemanusiaan): Berbagi (jujur terhadap diri kita sendiri dan orang lain menciptakan dialog, keterbukaan dan kerjasama tim), **Tanggung Jawab** (Kami memperhatikan keselamatan manusia dan produk dengan seksama, seperti juga kepada alam dan masyarakat), dan **Penghargaan terhadap Orang Lain** (Kami peka terhadap perbedaan budaya, memperlakukan setiap orang dengan penghargaan yang sama, dan membantu pengembangan para mitra bisnis kami).

OPENNESS (Ketebukaan): Rasa Ingin Tahu (Kesadaran akan apa yang dikerjakan sekarang dan secara proaktif merencanakan masa depan. Dengan menolak cara-cara kerja lama, kami membuka pikiran kami bagi ide-ide baru dengan penuh imajinasi), **Kelincahan** (Melambangkan sifat kami yang penuh semangat dan energi, dengan cepat bereaksi terhadap beragam situasi dengan sikap fleksibel dan beradaptasi), dan **Dialog** (Gaya manajemen kami informal, mendorong sikap mendengar secara aktif dan diskusi terbuka. Kami mendorong perdebatan dan menerima beragam pandangan yang berbeda).

PROXIMITY (Kedekatan): Kemudahan Akses (Gaya manajemen kami adalah mudah ditemui dan terus terang), **Kredibilitas** (Jujur kepada diri sendiri dan mengambil tanggung jawab atas beragam tindakan kami, dan **Empati** (Berhubungan dengan para pemasok, para mitra dan para pelanggan dengan cara yang tulus).

ENTHUSIASM (Antusiasme): Keberanian (Bebas untuk berpikir dan bertindak secara mandiri, kami mengambil risiko secara cerdas dan mencari jalur-jalur baru yang berbeda. Kami dengan percaya diri dapat mengatasi kegagalan), **Semangat** (Kami bekerja dan memimpin dengan penuh keyakinan. Bekerja adalah suatu kesenangan saat kami bisa melampaui apa yang diharapkan dan mencapai keunggulan), dan **Hasrat menerima tantangan** (Dengan sikap yang optimis dan penuh semangat, kami bersemangat untuk tumbuh dan memimpin).

F. Produk Perusahaan

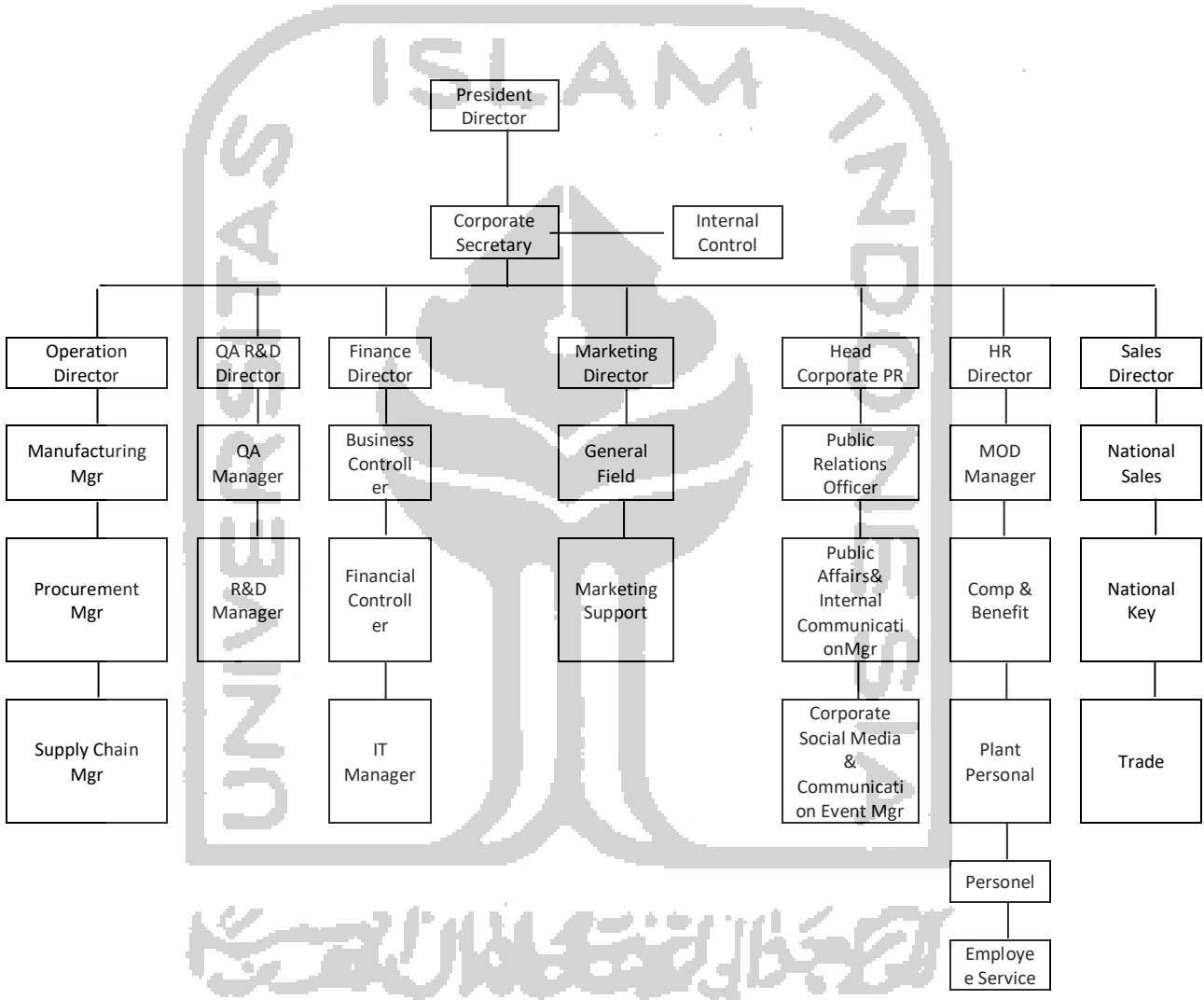
Terdapat beberapa produk PT. Sarihusada yaitu:

1. Lactamil merupakan susu untuk ibu hamil dan menyusui yang dilengkapi dengan ADIK+ (Lactamil Inisis, Lactamil Pregnasis, Lactamil Lactasis)
2. SGM Eksplor merupakan susu untuk ibu hamil & menyusui dan anak dengan formula presinutrisi+ dengan zat-zat gizi yang saling mendukung (SGM Eksplor 1PLUS, SGM Eksplor 3PLUS, SGM Eksplor 5PLUS, SGM Eksplor Soya, SGM Eksplor PHPro, SGM Eksplor 1PLUS dengan Buah & Sayur, SGM Eksplor 3PLUS dengan Buah & Sayur)
3. SGM Bunda merupakan minuman khusus ibu hamil selama masa kehamilan (SGM Bunda Hamil & Menyusui)

G. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan suatu kerangka yang menunjukkan seluruh kegiatan organisasi dalam perusahaan untuk mencapai tujuan melalui strategi yang dipilih. Struktur organisasi akan melibatkan dengan jelas posisi, uraian tugas, dan tanggung

jawab dari masing-masing karyawan atas jabatannya dalam perusahaan sehingga terciptalah kerangka kerja yang baik dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Adapun struktur organisasi perusahaan dapat dilihat pada Gambar 2.2



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Sarihusada

H. Job Description dan Wewenang Struktur Organisasi Public Relations

Struktur organisasi PT. Sarihusada Generasi Mahardhika menggunakan sistem garis dan staff, dimana setiap bawahan hanya bisa mendapatkan perintah dari satu atasan saja. Manajer atau pimpinan bagian lain tidak bisa memberikan perintah kepada bagian lain, meskipun posisi berada di bawahnya.

1. *Head Corporate Public Relations*

Pimpinan tertinggi Public Relations PT. Sarihusada Generasi Mahardhika

2. *Public Relations Officer*

- a. Menganalisis, mengembangkan dan menerapkan strategi PR; Menganalisis liputan media untuk mendapatkan gambaran umum tentang citra perusahaan & mengatur strategi untuk mendapatkan opini public yang baik.
- b. Mengorganisir aktivasi PR, seperti konferensi pers, pameran, dan tur pers/pertemuan.
- c. Mempertahankan dan memperbarui informasi di saluran media sosial dan situs web perusahaan
- d. Mengelola aspek PR dari situasi yang berpotensi krisis
- e. Mempersiapkan Publikasi untuk audiens eksternal, seperti presentasi, jaminan perusahaan, brosur dan video

3. *Public Affair & Internal Communication Manager*

- a. Memastikan pekerja terlibat dalam inisiatif perusahaan dan mengembangkan publikasi komunikasi internal yaitu majalah, newsletter.
- b. Melibatkan hubungan dengan media melalui pemetaan dan basis data pemangku kepentingan.
- c. Mempelajari dan menganalisis tren dalam CSR dan berpartisipasi aktif dalam asosiasi, seminar, lokakarya, konferensi yang dapat

memperkaya paparan perusahaan dan mengalami kemungkinan program CSR di masa depan.

4. *Corporate Social Media And Communication Event Manager*

- a. Memimpin, mengelola dan mengawasi aktivitas komunikasi korporat (konferensi pers, media gathering, blogger gathering, KOL gathering dll.)
- b. Memanfaatkan alat digital & mendefinisikan dan menerapkan strategi media sosial @Nutrisi_Bangsa dan situs web cluster sarihusada.co.id
- c. Mengelola KOL, blogger, dan komunitas untuk menyebarkan citra positif melalui kampanye, program, taktik, acara.
- d. Mengukur reputasi perusahaan dan merek terhadap pemangku kepentingan lokal dalam mengkoordinasi dengan fungsi-fungsi lain dalam perusahaan
- e. Memimpin dan mengelola komunikasi krisis di media digital dan sosial
- f. Mendukung dalam merancang konten merek dan alat komunikasi perusahaan.