

BAB II

GAMBARAN UMUM DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

2.1 Sejarah Umum Perusahaan

PT Lima Satu Sankyo Industri Pangan adalah produsen Supermi pada saat awal kemunculannya. Perusahaan milik Jepang dan Indonesia tersebut, sebesar 90% sahamnya dimiliki oleh Sankyo Shokuhin yaitu pemilik PT Lima Satu Sankyo, sedangkan saham 10% dimiliki orang Indonesia yaitu Eka Widjaja Moeis dan Sjarif Adil Sagala. Pada tanggal 12 Februari 1969, perusahaan tersebut telah didirikan namun baru mendapatkan izin pada tanggal 28 Desember 1968 untuk mendirikan pabrik. Investasi awal pendirian pabrik tersebut yaitu sebesar US\$ 401.274 ribu. Rentang waktu dari awal mula pendirian pabrik tersebut hingga diresmikannya tanggal pendirian perusahaan, PT Lima Satu Sankyo melakukan pembangunan pada beberapa aspek seperti fasilitas pabrik kemudian memutuskan untuk memilih Jepang sebagai pengimpor mesin, melakukan rekrutmen tenaga kerja sebanyak 70 orang berkewarganegaraan Indonesia dan 3 orang yang berasal dari Jepang.

Kegiatan produksi terus dilakukan hingga PT Lima Satu Sankyo mendapatkan tanggal peresmian dari Departemen Perindustrian pada 16 Juli 1969 di Cijantung, Jakarta Timur. Pada awalnya, perusahaan Supermi menggunakan beberapa ejaan untuk merek tersebut yaitu seperti “Super Mie” dan “Super Mi”. Merek tersebut diambil dari nama produk mi instan yang diproduksi oleh Jepang. Masyarakat pada zaman itu mengenal produk mi instan dengan sebutan Supermi.

Merek Supermi yang digunakan oleh PT Lima Satu Sankyo sempat hendak digunakan oleh perusahaan lain yaitu PT Fuji Agung. Hal tersebut dikarenakan merek Supermi merupakan merek yang umum digunakan untuk produk mi instan pada saat itu sehingga PT Fuji Agung juga hendak menggunakan merek tersebut. Namun, hak merek Supermi berhasil dimenangkan oleh PT Lima Satu Sankyo.

Supermi merupakan merek mi instan pertama di Indonesia hingga pada tahun 1970 mulai melakukan kegiatan ekspor mi instan ke luar negeri. Namun, pada 1972 muncul pendatang baru yang memproduksi mi instan dengan merek Indomie. Supermi yang pada awalnya memiliki kantor pusat di Jalan Toko Tiga No. 51 Jakarta dan pabrik yang berada di Cijantung, mulai mengekspansi pabriknya dengan membangun pabrik baru di Tangerang. Seiring perkembangan perusahaan, kepemilikan saham juga mengalami perubahan. Kepemilikan saham berubah menjadi 65% dimiliki oleh Sjarif Adil, 25% saham dimiliki oleh Eka Widjaja, serta 15% saham dipegang Sankyo Shokuhin sehingga perusahaan yang semula PMA berubah menjadi PMDN.

Pada 1977, PT Lima Satu Sankyo berubah nama menjadi PT Super Mi Indonesia. Pada saat itu, perusahaan tidak hanya memproduksi mi instan dalam kemasan *bag* biasa namun juga memproduksi varian baru yaitu mi instan dalam kemasan *cup* dan dalam ukuran jumbo. Selain itu, PT Super Mi Indonesia juga menghadirkan merek mi instan yaitu Sakura Mi dan Mi Sukiyaki. Kedua merek tersebut dipasarkan perusahaan ke pasaran Indonesia pada era tahun 1980-an. Meskipun demikian, Supermi dapat dikalahkan oleh Indomie pada periode tersebut.

Terjadi masalah pada pabrik Supermi saat memasuki tahun 1986 setelah sebelumnya menghadapi masalah akibat tergesernya posisi Supermi oleh Indomie di pasaran. Akibatnya, pada tahun tersebut PT Super Mi Indonesia mampu diambil alih perusahaannya oleh PT Indofood Interna Corp. Kepemilikan perusahaan dikuasai oleh dua orang yakni Salim Group dan Djajadi Djaja. Namun, seiring berjalannya waktu, yang mengendalikan PT Indofood Interna Corp. ialah Salim Group. Pengambil alihan kendali tersebut yang merupakan akuisisi PT Super Mi Indonesia menyebabkan berubahnya nama perusahaan. Pada 1989, perusahaan resmi berganti nama menjadi PT Lambang Insan Makmur. Pabrik yang berada di Cijantung digunakan untuk memproduksi dua macam merek produk sekaligus yaitu Sarimi dan Supermi sedangkan pabrik yang berada di Tangerang digunakan untuk memproduksi Indomie. Kegiatan produksi tersebut terus berjalan dan bertahan hingga pada tahun 1994, Salim Group memutuskan untuk menggabungkan PT Lambang Insan dengan sejumlah bisnis yang dijalankan oleh Salim Group yakni pabrik Indomie, PT Sanmaru, Pabrik Sarimi, dan PT Sarimi Asli Jaya. Penggabungan tersebut menjadikan perusahaan mengganti namanya menjadi PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Perusahaan tersebut terus menjalankan produksinya namun hingga sekitar tahun 2009, produksi Supermi dan merek mi instan Indofood lainnya dialihkan kepada anak usahanya yaitu PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. dan bertahan hingga saat ini.

Produk Indofood yang dinaungi oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk melakukan ekspansi pada produknya dengan memperluas pemasaran. Pemasaran yang pada awalnya hanya dilakukan di dalam negeri telah diperluas hingga ke pasar

ekspor. Pemasaran terus dilakukan salah satunya dengan menciptakan berbagai varian mi instan Supermi baik kuah maupun goreng. Supermi saat itu digunakan perusahaan untuk bersaing dengan produk Mie Sedaap yang saat itu hadir pada tahun 2004 sebagai salah satu merek mi instan di Indonesia. Supermi saat itu juga memproduksi “Supermi Sedaap” sebagai salah satu strategi untuk memenangkan pasar mi instan. Meskipun demikian, Supermi pada umumnya merupakan merek dari Indofood yang ditujukan untuk pasar *entry-level* setelah merek Indomie. Disisi lain, pada 1990-an, pemilik lama Supermi yakni Sjarif dan Eka, sempat berusaha untuk menciptakan bisnis yang serupa yaitu memproduksi mi instan dengan mendirikan perusahaan dengan nama PT Super Pangan Indonesia. Perusahaan tersebut mendirikan pabrik yang berlokasi di Bekasi dengan kapasitas produksi sekitar 140 juta bungkus/tahun namun pada kenyataannya perkembangan perusahaan tersebut tidak terlalu jelas.

Pada tahun 1980 hingga sekitar 1990-an, Supermi mengklaim produknya menjadi mi instan nomor dua di Indonesia setelah Indomie dan menempatkan merek Sarimi pada posisi ketiga. Berbagai varian rasa Supermi telah diluncurkan oleh perusahaan salah satunya yaitu varian rasa “Kaldu Ayam”. Varian “Kaldu Ayam” diluncurkan pada tahun 1976 dan sempat dijadikan sebagai produk utama Supermi. Hingga saat ini varian rasa tersebut merupakan salah satu varian rasa yang populer dari merek Supermi.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk memiliki visi dan misi dalam menjalankan perusahaannya sebagai berikut:

Visi:

“Perusahaan Total Food Solutions”

Misi:

- Memberikan solusi atas kebutuhan pangan secara berkelanjutan
- Senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi dan teknologi kami
- Memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan
- Meningkatkan stakeholders' values secara berkesinambungan

2.3 Logo Perusahaan

Gambar 2.1

Logo PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk



Sumber: Google.com

2.4 Produk

Gambar 2.2
Supermi Rasa Ayam Bawang



Sumber : Google.com

Gambar 2.3
Supermi Rasa Kaldu Ayam



Sumber : Google.com

Gambar 2.4**Supermi Rasa Semur Ayam Pedas**

Sumber : Google.com

2.5 Karakteristik Responden

Identitas responden dijabarkan dengan tujuan untuk menganalisis kondisi atau keadaan responden sebagai sampel penelitian. Responden penelitian ini yakni konsumen dengan usia minimal 17 tahun yang berdomisili di Kota Semarang serta telah melakukan pembelian produk Supermi dalam 6 bulan terakhir. Jumlah responden yang digunakan yaitu 100 responden. Identitas responden akan disajikan dengan pengelompokkan berdasarkan usia, status marital, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan serta pendapatan rata-rata pribadi per bulan responden.

2.5.1 Responden Berdasarkan Usia

Penelitian ini menggunakan responden minimal 17 tahun. Jika disusun berdasarkan rentang usianya, maka data usia responden sebagai berikut:

Tabel 2.1 Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17 – 25 tahun	52	52
2	26 – 35 tahun	19	19
3	36 – 45 tahun	14	14
4	46 – 55 tahun	15	15
Jumlah Responden		100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Tabel 2.1 menunjukkan usia responden mayoritas berusia pada rentang 17 – 25 tahun dengan persentase 52%. Pada posisi kedua responden dengan jumlah terbanyak berusia 26 – 35 tahun yaitu sebanyak 19%. Kemudian, berturut turut sebanyak 14% dan 15% responden berusia 36 – 45 tahun dan 46 – 55 tahun.

2.5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sejumlah pengisi survei berdasarkan *gender* dibandingkan untuk menyusun data *gender* responden. Pernyataan spesifik *gender* yang dibuat oleh responden adalah sebagai berikut:.

Tabel 2.2 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	33	33
2	Perempuan	67	67
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Dari data tabel 2.2, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu 67 responden. Lebih lanjut, responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah sebanyak 33 orang, sehingga dapat dikatakan bahwa konsumen Supermi di Kota Semarang mayoritas adalah konsumen perempuan.

2.5.3 Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Berdasarkan data yang terkumpul, terlihat bahwa responden Supermi memiliki status pernikahan yang berbeda-beda. Berikut data responden berdasarkan status perkawinan.

Tabel 2.3 Status Perkawinan Responden

No	Status Perkawinan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Belum Menikah	54	54
2	Menikah	56	56
	Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Data tabel 2.3 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berstatus perkawinan belum kawin pada dasarnya sebanyak 54%, sedangkan responden yang berstatus perkawinan kawin berjumlah 56%.

2.5.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir yang telah ditempuh responden sebagaimana tercatat dalam kategorisasi berikut ini, yaitu:

Tabel 2.4 Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	8	8
2	SMP	8	8
3	SMA	72	72
4	Diploma	5	5
5	Sarjana	7	7
	Jumlah Responden	100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Dari tabel 2.4 diatas, responden yang berpendidikan terakhir SMA merupakan mayoritas yang menjawab survei, dengan jumlah 72 responden. Selain itu jumlah responden yang paling sedikit yaitu Diploma dengan 5 responden. Informasi yang berhubungan dengan latar belakang akademik responden diperlukan karena dengan pendidikan yang baik maka pemahaman akan sesuatu juga akan lebih baik..

2.5.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan utama dari tiap responden, yang berprofesi sebagai pegawai maupun sebagai perwakilan dari kegiatan sehari-hari yang dilakukan, merupakan pekerjaan yang dibahas dalam penelitian ini. Rincian kategorisasi pekerjaan responden yaitu:

Tabel 2.5 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ibu rumah tangga	15	15
2	Karyawan	14	14
3	Pelajar/Mahasiswa	37	37
4	PNS/TNI/POLRI	1	1
5	Wiraswasta	27	27
6	Lainnya	4	4
Jumlah Responden		100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Tabel 2.5 menggambarkan pelajar atau mahasiswa yang berjumlah 37% merupakan responden dengan pekerjaan terbanyak. Kemudian, pekerjaan responden dengan jumlah terendah yakni PNS/TNI/POLRI dengan persentase 1%. Persentase jumlah responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta dan ibu rumah tangga secara

berturut turut yakni 27% dan 15%, sementara persentase responden dengan pekerjaan sebagai karyawan dan lainnya secara berturut-turut yakni 14% dan 4%.

2.5.6 Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Penghasilan terkait pekerjaan dan penghasilan tunjangan siswa dan orang tua dipertimbangkan. Berdasarkan penghasilan responden per bulan, berikut informasinya.

Tabel 2.6 Pendapatan per Bulan Responden

No	Pendapatan per Bulan (ribu rupiah)	Frekuensi	Persentase (%)
1	Kurang dari 1.000.000	44	44
2	> 1.000.000 – 2.000.000	14	14
3	> 2.000.000 – 3.000.000	26	26
4	> 3.000.000 – 4.000.000	12	12
5	> 4.000.000	4	4
Jumlah Responden		100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Tabel 2.6 memperlihatkan bahwa sebagian besar pembeli dan yang mengkonsumsi Supermi berpenghasilan kurang dari Rp 1.000.000,- dengan jumlah 44 responden atau dalam persen yaitu 44%.