

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah PT Wings Group

Wings Group pertama kali didirikan oleh Harjo Sutanto dan Ferdinand Katuari di Surabaya pada tahun 1948. Semakin berjalannya waktu, Wings Group kini menjadi salah satu perusahaan besar yang ada di Indonesia.

Tujuan utama dari Wings Group yaitu memproduksi produk – produk yang berkualitas international tetapi dengan harga yang murah. Produk pertama yang diproduksi adalah sabun cuci hijau. Kemudian produk kedua yang dikeluarkan adalah krim deterjen dan produk pembersih lainnya dan saluran distribusi yang didirikan di seluruh Indonesia. Beberapa tahun kemudian Wings Group terus memperluas bisnis mereka dengan mengeluarkan produk rumah tangga, produk makanan hingga produk perawatan pribadi.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

2.2 Visi dan Misi

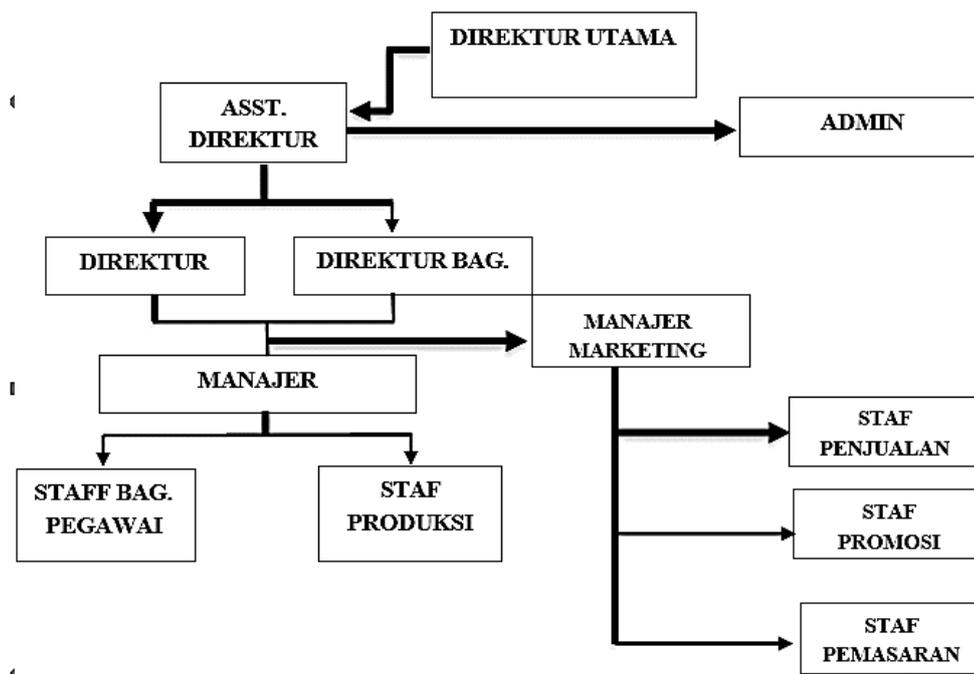
Visi perusahaan : Berusaha untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan

Misi perusahaan : Untuk mencapai visi perusahaan, Wings Group menerapkan policy yaitu Kualitas Produk, Effisiensi Produksi, Disiplin Waktu, dan Konsisten dalam Quality

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi adalah susunan komponen – komponen di dalam organisasi yang memiliki hubungan antar bagian dengan adanya pembagian kerja yang jelas sehingga para karyawan dapat mengetahui tugas, wewenang dan tanggung jawab mereka kemudian dapat terjalin Kerjasama yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan. Berikut ini adalah struktur organisasi PT.

Wings Group :



Gambar 2.2 Struktur Organisasi

Berdasarkan gambar struktur organisasi diatas, kemudian tugas dan wewenang masing – masing bagian adalah sebagai berikut :

1. Direktur Utama

Dirut atau direktur utama bertugas mengarahkan kebijakan perusahaan sehingga perusahaan tetap berada pada tujuan utama perusahaan.

2. Asisten Direktur

Asisten direktur membantu tugas direktur utama untuk mengarahkan dan mengoordinasikan perusahaan.

3. Direktur bag. Food

Membantu tugas direktur utama pada bagian makanan dan minuman.

4. Direktur bag. Non Food

Membantu tugas direktur utama pada bagian non food seperti sabun, deterjen dan lain – lain.

5. Manajer Produksi

Memiliki tugas untuk mengkondisikan bagian produksi supaya dapat memproduksi barang dengan biaya sekecil mungkin tetapi dengan kualitas tinggi, mengatur bagian produksi supaya dapat bekerja dengan efisien, bertanggung jawab dalam menjaga proses produksi untuk mencapai target produksi dengan tetap berkonsentrasi pada kualitas barang, peralatan, pemeliharaan, dan efisiensi bahan baku.

6. Manajer Marketing

Mempunyai tugas antara lain yaitu sebagai berikut.

- Untuk mengkondisikan bagian distribusi supaya barang hasil produksi dapat dipasarkan ke berbagai daerah melalui distributor – distributor
- Mengidentifikasi target pasar, pesaing potensial dan kebutuhan pelanggan
- Mengembangkan produk yang terintegrasi strategis untuk setiap merek
- Menganalisis tren yang ada di pasar dan mempersiapkan strategi pemasaran untuk target pasar
- Dapat mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang baik dengan para pelanggan
- Mengidentifikasi peluang usaha yang ada dan berkomunikasi kepada pelanggan
- Dapat mengembangkan kkerja sama dengan pelanggan sehingga dapat memperluas bisnis dan menghasilkan keuntungan bagi pelanggan juga perusahaan

7. Staf Produksi

Staf produksi memiliki tugas untuk menangani produksi barang secara langsung supaya hasil yang didapatkan sesuai keinginan manajer produksi.

8. Staf Bag. Pegawai

Staf ini bertugas mengawasi dan memberi apresiasi kepada pegawai yang bekerja dengan baik dan memberikan sanksi hukuman kepada pegawai yang tidak disiplin atau melanggar peraturan.

9. Staf Penjualan

Staf penjualan memiliki tugas untuk merencanakan system yang efisien untuk menjual barang – barang hasil produksi.

10. Staf Promosi

Staf promosi memiliki tugas mengenalkan produk Wings kepada masyarakat.

11. Staf Pemasaran

Staf pemasaran memiliki tugas merencanakan produk baru yang akan dikeluarkan sesuai dengan prediksi kebutuhan konsumen di waktu yang akan datang.

2.4 Sejarah Mie Sedaap

Mie Sedaap adalah merek mi instan yang diproduksi oleh Wings Food pada tahun 2003. Pada awalnya, Mie Sedaap hanya memiliki 3 varian rasa yaitu Mie Goreng “kriuk – kriuk” , Mie Sedaap rasa Soto “koya” dan Rasa Ayam Bawang. Tahun 2004 Mie Sedaap meluncurkan varian rasa Kari Ayam dengan serbuk gurih kari santan. Kemudian meluncurkan Mie Sedaap Sambal Goreng pada tahun 2005. Pertengahan tahun 2006 Mie Sedaap mempunyai varian rasa Kaldu Ayam. Kemudian pada bulan Februari 2007 Mie Sedaap berhasil meraih penghargaan Top Brand Awards 2007. Selain dijual di Indonesia, Mie Sedaap juga berhasil menembus pasar luar negeri, antara lain Malaysia dan Nigeria. Sampai saat ini Mie Sedaap menjadi salah satu kompetitor produk Mi instan Indomie.

2.5 Produk Mie Sedaap

Mie Sedaap merupakan salah satu produk mie instan yang terbuat dari bahan – bahan berkualitas tinggi dan rempah – rempah alami dan dilengkapi dengan

formulasi bumbu yang tepat. Mie sedaap mendapatkan respon positif dari seluruh penikmat mie instan karena kualitas mie dengan tekstur kenyal dan rasa yang lezat. Mie Sedaap terus berinovasi sehingga telah meluncurkan 14 varian rasa dan telah tersebar di Seluruh Indonesia.

1. Mie Sedaap Goreng : Mie goreng instan pertama dengan Kriuk – Kriuk dari bawang goreng asli yang gurih dan renyah.
2. Mie Sedaap Soto : Mie kuah dengan rasa soto pertama dengan serbuk koya gurih yang berpadu dengan aroma jeruk limau segar.
3. Mie Sedaap Ayam Bawang : Mie kuah dengan perpaduan antara kaldu ayam gurih dan minyak bawang asli.
4. Mie Sedaap Kari Spesial : Mie kuah dengan rasa bumbu kari yang terbuat dari rempah – rempah pilihan dengan kualitas terbaik.
5. Mie Sedaap Goreng Mi Ayam Istimewa : Mie goreng instan dengan tekstur mie yang tebal dengan kecap istimewa dan bawang goreng ekstra.
6. Mie Sedaap Baso Spesial : Mie kuah rasa baso dengan kuah segar dan sayuran asli.
7. Mie Sedaap Kari Ayam : Mie kuah instan rasa kari ayam dengan rasa cita rasa kaldu ayam dengan serbuk bumbu kari yang khas.
8. Mie Sedaap Ayam Spesial : Mie kuah instan dengan rasa kaldu ayam special dan bumbu pilihan.
9. Mie Sedaap Goreng Krispi : Mie goreng dengan perpaduan bumbu sambal goreng dan jeruk nipis.

10. Mie Sedaap White Curry : Mie kuah dengan telur asli, double kaldu ayam dan double bawang.
11. Mie Sedaap Selection Korean Spicy Chicken : Mie goreng dengan tekstur mie lebih tebal dan juga terdapat 2 level pedas yang bisa dipilih dan terdapat topping bawang goreng.
12. Mie Sedaap Selection Singapore Spicy Laksa : Mie Sedaap dengan kuah yang gurih, mie kenyal, dan aroma yang enak serasa lagi di Singapore.
13. Mie Sedaap Salero Padang : Dengan perpaduan antara mie yang tebal dan rasa pedas sambel ijo asli juga taburan keripik rasa rendang yang gurih.
14. Mie Sedaap Nikmat HQQ Ayam Bakar Limau : Merupakan inovasi terbaru dari Mie Sedaap yang nikmat rasa ayam bakar sangat meresap ditambah sambal limau segar dan kriuk topik rempeyek.

2.6 Identitas Responden

Responden penelitian didasarkan pada beberapa kriteria yaitu ibu rumah tangga yang berdomisili di Kabupaten Batang, pernah mengkonsumsi produk Mie Sedaap minimal 3 kali dan saat ini masih mengkonsumsi produk Mie Sedaap. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sample menggunakan teknik quota sampling, dengan jumlah total 100 responden. Identitas yang nanti dikumpulkan meliputi nama, jenis kelamin, domisili, usia, pendapatan perbulan, dan pendidikan terakhir.

2.6.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2.1 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	Laki – laki	-	-
2.	Perempuan	100	100%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

Berdasarkan Tabel 2.1 diketahui bahwa presentase tertinggi berjumlah 100% merupakan responden dengan jenis kelamin perempuan. Dikarenakan kriteria responden dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga.

2.6.2 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 2.2 Domisili Responden

No.	Domisili	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	Kecamatan Limpung	20	20%
2.	Kecamatan Tersono	20	20%
3.	Kecamatan Banyuputih	20	20%
4.	Kecamatan Reban	20	20%
5.	Kecamatan Subah	20	20%
Total		100	100%

Sumber : Data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 2.2 domisili responden yang diambil dari 5 kecamatan yang ada di kabupaten Batang. Karena dalam penelitian ini menggunakan Teknik penentuan sampel quota sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan dasar penetapan kuota adalah wilayah kecamatan. Kabupaten Batang terdiri dari 15 kecamatan dan dalam penelitian ini kuota responden adalah 100 orang yang akan diambil dari 5 kecamatan, dalam 1 kecamatan akan dipilih 2 desa dan tiap desa tersebut akan diambil 10 orang responden untuk mengisi kuesioner penelitian.

2.6.3 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2.3 Usia Responden

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	20-25	5	5%
2.	25-30	31	31%
3.	31-35	20	20%
4.	36-40	11	11%
5.	41-45	15	15%
6.	46-50	12	12%
7.	51-55	5	5%
8.	55-60	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 2.3 usia responden yang paling dominan yaitu 25-30 tahun dengan presentase 31% atau 31 orang dikarenakan mayoritas usia ibu rumah tangga yang berkenan untuk mengisi kuesioner di Kabupaten Batang berusia 25-30 tahun, kemudian usia 31-35 tahun dengan presentase 20%, usia 41-45 tahun dengan presentase 15% dan yang paling sedikit adalah usia 55 tahun keatas dengan presentase 1% saja.

2.6.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Tabel 2.4 Pendapatan Perbulan Responden

No.	Pendapatan Per Bulan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	< Rp 1.000.000,00	1	1%
2.	Rp 1.000.000,00 – 4.000.000,00	93	93%
3.	> Rp 4.000.000,00	6	6%
Total		100	100%

Sumber : Data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 2.4 mayoritas dari responden memiliki pendapatan sebesar 1.000.000 – 4.000.000 perbulan dengan jumlah 93%. Kemudian pendapatan responden yang kurang dari 1.000.000 hanya 1% dan sisanya

pendapatan lebih dari 4.000.000 berjumlah 6%. Dari pendapatan tersebut Sebagian besar bekerja sebagai wirausaha atau berdagang.

2.6.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 2.5 Pendidikan Terakhir Responden

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	SD	-	-
2.	SMP	9	9%
3.	SMA	59	59%
4.	Akademi/Diploma	4	4%
5.	Sarjana	29	29%
Total		100	100%

Sumber : Data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 2.5 mayoritas tingkat Pendidikan responden adalah tamat SMA dengan presentase 59% hal ini dikarenakan mayoritas dari para responden lebih memilih untuk langsung bekerja daripada melanjutkan Pendidikan sarjana. kemudian yang kedua yaitu sarjana dengan jumlah 29%, ketiga tingkat SMP dengan jumlah 9%, akademi/diploma berjumlah 4%.