

BAB II
DESKRIPSI
PT. GARUDA FOOD

A. SEJARAH PT. GARUDA FOOD

Garuda Food Group berawal dari PT. Tudung, didirikan di Pati, Jawa Tengah pada tahun 1958 dan bergerak di bisnis tepung tapioka. Pada tahun 1979 PT. Tudung berubah nama menjadi PT. Tudung Putra Jaya (TPJ). Pendiri perusahaan adalah mendiang Darmo Putra, mantan pejuang yang memilih menekuni dunia usaha setelah bangsa Indonesia merdeka.

Garuda Food adalah perusahaan makanan dan minuman di bawah kelompok usaha Tudung (Tudung Group). Selain Garuda Food, Tudung Group juga menaungi SNS Group (PT. Sinar Niaga Sejahtera) bergerak di bisnis distribusi logistik, PT. Bumi Mekar Tani (BMT) fokus di bidang plantationas, PT. Nirmala Tirta Agung (NTA) bisnis air minum dalam kemasan kaleng bermerek Prestine, dan Global Solution Institute (GSI) bergerak di bidang pelayanan jasa pelatihan, seminar, event organizer, dan konsultasi manajemen.

Pada awal 1987 TPJ mulai menjual hasil produksi kacangnya dengan merek Kacang Garing Garuda yang belakangan dikenal dengan sebutan ringkas Kacang Garuda. Kacang Garuda memperoleh berbagai penghargaan sebagai berikut: *Indonesian Customer Satisfaction Awards (ICSA)* kategori kacang bemerek delapan kali berturut-turut (2000- 2007), *Superbrands* (2003), *Top*

Brands For Kids (2004), Indonesian Best Brand Award (IBBA, 2004- 2007), dan Top Brand (2007).

Tatkala perekonomian nasional tengah dihantam krisis ekonomi, Desember 1997 Garuda Food Group mendirikan PT. Garuda Food Jaya yang memproduksi biskuit bermerek Gery. Saat itu GarudaFood memimpin pasar di kategori wafer stick dengan mereknya yang fenomenal, Chocolatos. Periode 2005- 2010 Gery Salut meraih Indonesian Best Brand Award (IBBA) dari MARS dan majalah SWA untuk kategori wafer salut. Pada 2007-2010 Gery Chocolatos meraih IBBA kategori wafer stick.

Pada tahun 2000 Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) sepakat menggabungkan TPJ, Garuda Food Putra Putri Jaya, dan Garuda Food Jaya dalam satu nama yaitu : PT. Garuda Food Putra Putri Jaya (GPPJ).

Pada akhir 2002 TRMS meluncurkan produk minuman Jelly bermerk Okky Jelly Drink sekaligus babak baru Garuda Food masuk ke bisnis minuman (beverages). Prestasi Okky Jelly dibuktikan dari keberhasilan meraih Top Brand For Kids (TBK) Award 2004 untuk kategori Jelly. Di samping TBK, Okky Jelly juga berhasil meraih IBBA (2004- 2007) dari majalah Marketing bekerja sama dengan Frontier.

Melihat pangsa pasar snack yang masih sangat potensial untuk dikembangkan di Indonesia, pada 2005 Garuda Food juga memproduksi snack bermerek Leo, untuk kategori produk keripik kentang, keripik pisang, keripik singkong, dan kerupuk mulai akhir 2005. Pada 2007-2010 Leo meraih IBBA kategori snack kentang.

Di tingkat nasional, GarudaFood juga dipersepsi positif sebagai salah satu perusahaan makanan dan minuman idaman di mata stakeholders. Survey yang dilakukan Frontier dan majalah BusinessWeek Indonesia di Jakarta dan Surabaya pada 2006 hingga 2010 menyebutkan GarudaFood berada di urutan ketiga sebagai Indonesian Most Admired Company (IMAC). Sebagai perusahaan yang mengembang misi untuk membawa perubahan yang mencitakan kemanfaatn bagi masyarakat berdasarkan prinsip saling menumbuhkembangkan, GarudaFood juga aktif menjalankan program corporate social responsibility (CSR) di bawah bendera GarudaFood Sehati.

Kini, seluruh potensi yang ditopang kekuatan sekitar 20 ribu karyawan berkepribadian unggul (noble people) menjadi modal utama GarudaFood dalam upaya menyongsong sukses sebagai sebuah *sustainable enterprise*.

B. VISI DAN MISI

a. Misi :

Kami adalah pembawa perubahan yang menciptakan kemanfaatan bagi masyarakat berdasarkan prinsip saling menumbuh kembangkan melalui pribadi-pribadi yang unggul, yang saleh dan kompeten

b. Visi 2015:

Perusahaan makanan dan minuman dua terbaik di Indonesia pada tahun 2015

C. FILOSOFI

1. *Human Values* :

- ❖ Menghayati dan menerapkan nilai-nilai kemanusiaan yang meliputi:
Truth, Right Conduct, Love, Non Violence, and Peace.
- ❖ Tidak melanggar hal-hal yang dilarang agama.
- ❖ Ketulusan dan keharmonisan dalam berfikir, berkata-kata, dan bertindak.

2. *Business Ethics*

- ❖ Menggunakan norma-norma etika yang berlaku di dalam masyarakat dalam berinteraksi dan mengelola lingkungan bisnis sehingga tercapai "sustainable mutual benefit".
- ❖ Peduli juga terhadap berbagai permasalahan yang muncul dalam kiprah bisnis Garudafood walaupun secara formal bukan menjadi bagian dari tanggung jawabnya.

3. *Unity Through Harmony*

- ❖ Menjaga keharmonisan dan keutuhan dengan lingkungan bisnisnya secara internal (karyawan dan shareholder).
- ❖ Menjaga keseimbangan dan keserasian antara aspek bisnis dengan aspek-aspek kehidupan lainnya.

4. *Speed and Leading Change*

- ❖ Menjaga dan meningkatkan kecepatan dalam cara berpikir dan bertindak.

- ❖ Melembagakan perubahan secara cepat dan berkesinambungan yang memberikan nilai tambah pada perusahaan dengan bertumpu pada kekuatan teknologi.

5. *Working Smart in Learning Culture*

- ❖ Rajin, keras hati, dan bersungguh-sungguh serta konsisten dalam pekerjaan yang digeluti.
- ❖ Menekankan pada proses bekerja yang cepat, sistematis, dan akurat.
- ❖ Senantiasa meningkatkan cara dan mutu kerja melalui pengembangan diri di dalam budaya belajar yang terus dibangun oleh dan bersama perusahaan.

D. IDENTITAS PERUSAHAAN

Gambar 2.1

Logo PT. Garuda Food



GARUDAFOOD

Sumber : www.garudafood.com.

Lambang PT.Garuda Food memiliki makna khusus, yaitu:

a. Kepala Garuda :

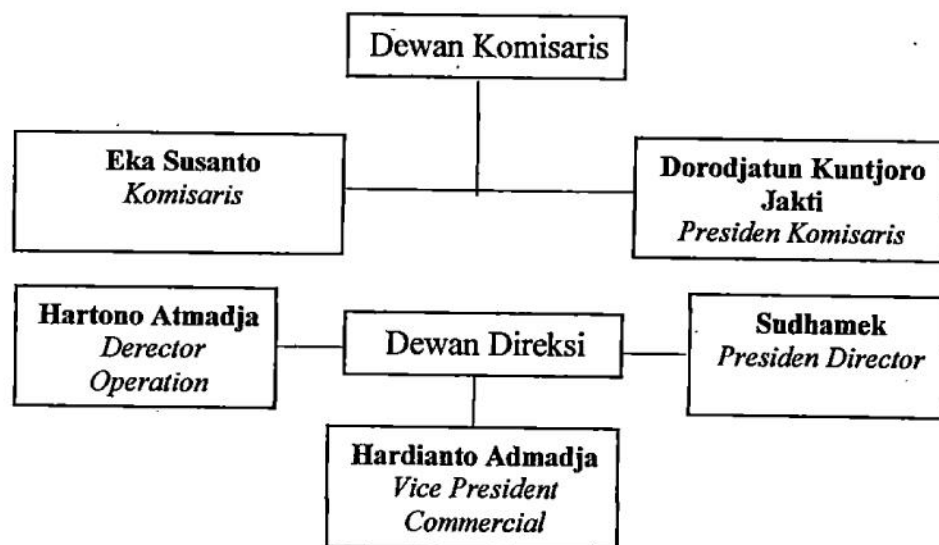
- ❖ Pandangan mata yang tajam dan menatap jauh ke depan. Merepresentasikan komitmen yang kuat untuk selalu berorientasi ke depan dengan inovasi tiada henti.
- ❖ Lima helai bulu pada bagian leher representasi dari :
 - a. Lima butir dari corporate philosophy (human values, bussines ethics, unity through harmony, speed and leading change, working smart in a learning culture)
 - b. Lima butir dari basic mentality (focus pada pelanggan, focus pada kreativitas dan inovasi, focus pada PDCA, focus pada data dan fakta, focus pada manusia dan kerjasama)
- ❖ Jambul merepresentasikan kualitas yang selalu diutamakan dalam : Pembangunan pribadi-pribadi unggul, Proses dalam menghasilkan produk dan layanan dan Penciptaan nilai tambah bagi pelanggan.

b. Tumbuhan

- ❖ Tumbuhan sebagai symbol pangan dan melambangkan kehidupan yang lestari.
- ❖ Bagian dari tumbuhan yang berwarna merah melambangkan akar, merepresentasikan nilai-nilai corporate core values (founders spirit, corporation philosophy, mission statement yang merupakan fondasi kokoh untuk tumbuh dan berkembang)

- ❖ Jumlah lima helai daun pada tumbuhan sebagai representasi dari lima butir corporate philosophy dan lima butir basics mentality
 - ❖ Dan yang melingkar dipersepsikan sebagai lingkaran yang melambangkan proses yang berkesinambungan untuk peningkatan yang berkesinambungan.
- c. Warna merah pada bagian kepala burung menandakan competence worker yang mewakili sisi dinamic Garuda Food. Sedangkan warna hijau pada daun menandakan satisfied worker yang mewakili sisi peacefull Garuda Food.

E. MANAJEMEN PT. GARUDA FOOD



Tabel 1 : Manajemen PT. Garuda Food

F. PRESTASI

1. *Kacang Garuda dan Okky Jelly Drink Raih Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA) 2011.*

Majalah SWA bekerjasama dengan Frontier Consulting Group memberikan penghargaan Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA) 2011 kepada Kacang Garuda (kategori kacang bermerek kulit dan non kulit) serta Okky Jelly Drink (Kategori Jelly Drink).

2. *Brand Award Phase 2 (2011)*

Merek bukan hanya sekedar identitas tetapi mampu menciptakan ekuitas yang tinggi bagi perusahaan, image dan loyalitas jangka panjang. Merek terkuat adalah merek yang selama bertahun-tahun mampu menempatkan diri pada posisi puncak (Top): (1)Top of market share, (2)Top of mind share, (3)Top of commitment share. Oleh karena itu, Majalah Marketing dan Frontier Consulting Group menggelar Top Brand Award 2011. Penghargaan ini diberikan kepada merek-merek yang berhasil mencapai posisi yang top, bukan hanya dalam jangka kurun setahun tapi lebih dari satu tahun. Merek Mountea dari Garuda food berhasil meraih penghargaan Top Brand untuk kategori minuman dalam kemasan.

3. *Word Of Mouth Marketing Award (2011)*

Metodologi penelitian World of Mouth Marketing (WOMM) didasarkan pada konsep Talking Promoting Selling and Social Network (TAPS) Merek Garudafood, Mountea meraih The Word of Mouth

Marketing Awards 2010 untuk kategori Teh Kemasan Rasa Buah Dalam Cup.

4. *Satria Award (2011)*

Satria Brand Award adalah penghargaan tertinggi bagi sebuah merek berdasarkan hasil riset regional oleh People Facts Marketing & Social Research di seluruh Karesidenan (35 kabupaten/ kota) di wilayah Jawa Tengah. Riset itu melibatkan 1900 responden masyarakat di Jawa Tengah dengan metodologi pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara langsung (face to face interview) dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Pemenang Satria Brand Award dipilih berdasarkan hasil survey yang melibatkan empat komponen yaitu Brand Awareness (pengetahuan pelanggan terhadap suatu merek), Market Share (total penjualan), Loyalty (kesetiaan pelanggan), dan Satisfaction (kepuasan pelanggan). GarudaFood berhasil merai penghargaan untuk kategori Kacang Kulit Bermerek melalui merek Kacang Garuda.

5. *Indonesian Best Brand Award (2011)*

Majalah SWA bekerjasama dengan MARS – Marketing & Research memberikan penghargaan The Indonesian Best Brand Award (IBBA) 2011, sebagai bentuk apresiasi terhadap brand-brand yang berhasil menjadikan dirinya The Most Valuable Brand.

Tujuh merek GarudaFood kembali meraih penghargaan Indonesia Best Brand Award (IBBA) 2011 di Jakarta. Enam brand berhasil

mendapatkan Platinum yaitu Garuda (kategori Kacang Bermerk) , Okky Jelly (Jelly Cup) , Gery Wafer (Wafer Coating Coklat), Gery Chocolatos (Wafer Stick), Pilus Garuda (Pilus) dan Mountea (Minuman teh rasa buah dalam kemasan cup). Sementara Okky Jelly Drink berhasil mempertahankan prestasinya dalam kategori minuman jelly berasa, selama empat tahun berturut-turut sehingga mendapatkan Indonesia Golden Brand 2011

6. *Top Brand For Kids (2011)*

Top Brand for Kids adalah ajang penghargaan merek-merek produk terbaik di Indonesia, yang dipilih langsung oleh konsumen anak & ibu melalui survei di kota-kota besar di Indonesia. Pada tahun 2011 GarudaFood berhasil meraih penghargaan untuk kategori wafer coklat, wafer stick roll, dan jelly cup yaitu Gery Saluut, Gery Chocolatos dan Okky Jelly (cup) sebagai pemenang Top Brand For Kids.

7. *Top Brand Award (2011)*

Merek bukan hanya sekedar identitas tetapi mampu menciptakan ekuitas yang tinggi bagi perusahaan, image dan loyalitas jangka panjang. Merek terkuat adalah merek yang selama bertahun-tahun mampu menempatkan diri pada posisi puncak (Top): (1)Top of market share, (2)Top of mind share, (3)Top of commitment share. Oleh karena itu, Majalah Marketing dan Frontier Consulting Group menggelar Top Brand Award 2011. Penghargaan ini diberikan kepada merek-merek yang berhasil mencapai posisi yang top, bukan hanya dalam jangka kurun

setahun tapi lebih dari satu tahun. Lima merek Garudafood berhasil meraih lima penghargaan Top Brand untuk kategori snack extrude stick, wafer coklat, jelly drink, wafer stick dan kacang bermerek yaitu Gery Toya Toya, Gery Saluut, Okky Jelly Drink, Gery Chocolatos dan Kacang Garuda.

8. *Rekor Bisnis (2010)*

Rebi ini diselenggarakan TERA Foundation dengan menggandeng Harian Sindo untuk bersama-sama memberikan pengakuan terhadap prestasi-prestasi terbaik dalam dunia bisnis. Dalam acara penghargaan ini GarudaFood meraih prestasi untuk kategori pelopor kacang kulit biji tiga (kacang Garuda BIGA) dan untuk kategori pelopor minuman penunda lapar pertama di Indonesia (Okky Jelly Drink).

G. JARINGAN DISTRIBUSI

Produk-produk GarudaFood didistribusikan oleh PT Sinar Niaga Sejahtera (SNS) yang merupakan Divisi Distribusi dari holding company. Didirikan 1994, peran SNS sangat menentukan bagi perkembangan Garudafood. Karena perannya, berbagai macam produk Garudafood bisa diperoleh konsumen di wilayah-wilayah pelosok seluruh Indonesia.

Hingga tahun 2006 ini, SNS telah memiliki 96 depo, yang melayani hamper 150.000 outlet pelanggan di seluruh Indonesia. Tidak hanya itu, untuk lebih memperluas jaringan, SNS juga bermitra dengan subdistributor besar yang tersebar dari Aceh sampai Papua.

Dengan kekuatan jaringan serta armada distribusi yang sangat memadai, sejak 1994 SNS telah menjadi 5 besar perusahaan distributor FMCG terbaik untuk kategori makanan dan minuman. Dalam perkembangannya SNS kini tidak hanya mendistribusikan produk dari Garuda Food, tetapi juga dari principal lain baik untuk produk food maupun non food.

H. Deskripsi Iklan

Sebuah TVC yang mengedepankan efektifitas, lengkap dan mudah digambarkan dengan lembut perpaduan antara audio, video dan gerak yang mengisyaratkan Klasik dengan pemilihan warna gambar yang *soft* yang memanjakan mata dan dapat membawa emosi *audience* terbawa dalam suasana keromantisan dan ketegangan. Adapun deskripsi dari iklan ini sebagai berikut :

1. Iklan TVC Gery Chocolatos versi mini seri Nikita Willy

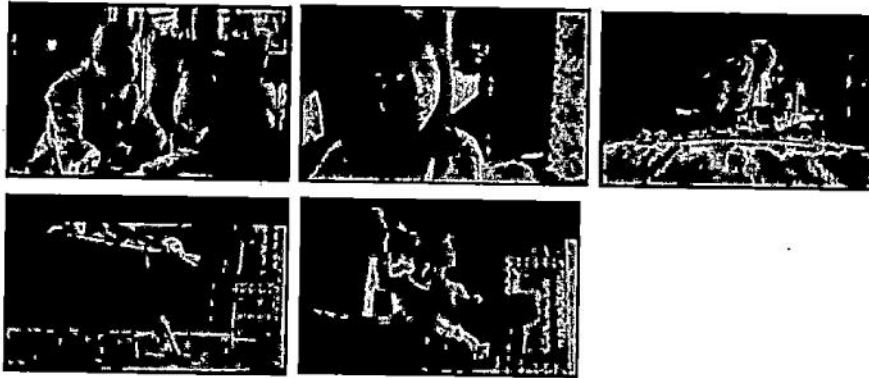


Berawal dari pertemuan sepasang kekasih disebuah jembatan.



Si wanita telah mengetahui akan diberikan Chocolatos dari sang laki-laki. Sang laki-laki tiba memberikan sebuah hadiah Gery Chocolatos, sang wanita menerima hadiah tersebut dan memakanya. Suasana di gambarkan penuh dengan kehangatan kasih sayang



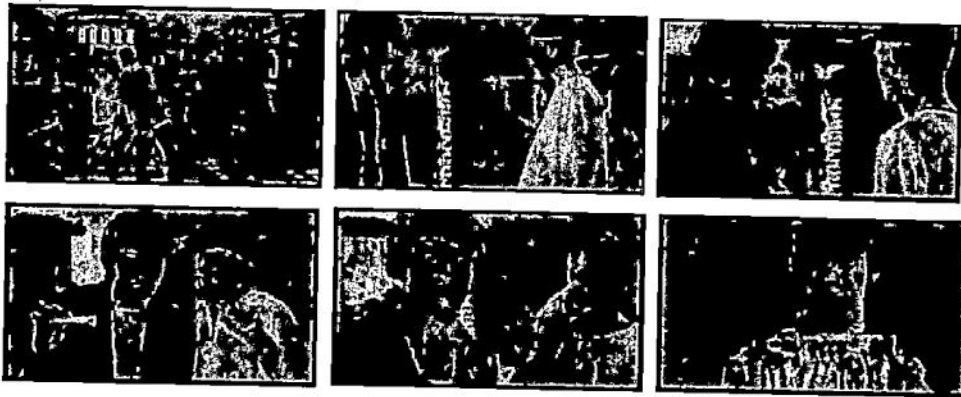


Gambar. 2.2

Setelah sang wanita memakan wafer Gery Chocolatos dengan renyah dan enak, ternyata sang wanita hanya bermimpi dalam beberapa detik wanita itu terbangun dari mimpinya karena dibagunkan oleh ayahnya. Setelah terbangun sang wanita langsung meminta kepada ayahnya sebuah wafer chocolatos, ayahnya segera meyuruh pelayan membawakan wafer yang diminta, tiba-tiba sang anak wanita tersebut membuang wafer yang diberikan ayahnya, karena wafer yang diberikan oleh ayahnya berbeda dengan wafer Gery Chocolatos, ternyata sang anak wanita tidak suka wafer yang diberikan tersebut, sang anak hanya menginginkan wafer Gery Chocolatos.

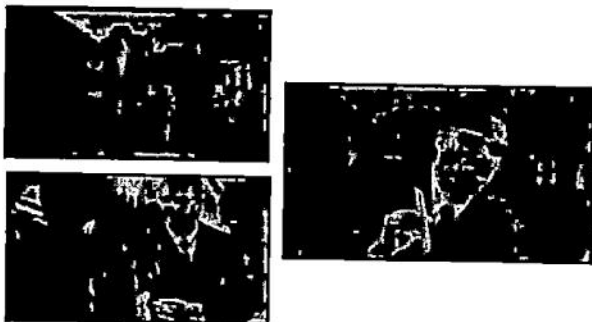


Sang ayah segera memerintahkan kedua anak buahnya untuk mencari wafer Gery Chocolatos yang diinginkan oleh anaknya.



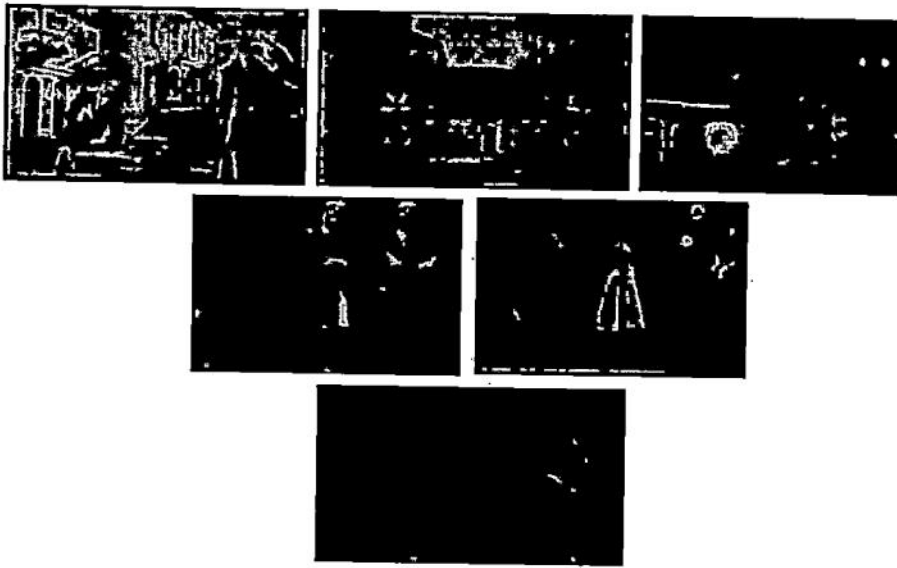
Gambar. 2.3

Ada seorang seniman yang sedang melukis dekat pinggiran sungai kota, di tengah keramaian orang-orang yang sedang berlalulalang menikmati indahny kota. Seniman tersebut melukis, tiba-tiba ada seorang laki-laki menghampirinya dan melihat lukisan seniman tersebut, sang laki-laki itu berteriak melihat lukisan itu "Chocolatos", seketika sang seniman lukis itu berkata "Choco Moca", terjadilah perdebatan diantara mereka berdua karena keduanya meyakini bahwa mereka benar. Kedua laki-laki tersebut sama mengeluarkan wafer yang disebutkan, ternyata mereka berdua sama benar bahwa ada wafer Chocolatos dan wafer Chocolatos Moca, karena ada varian baru dari Chocolatos.



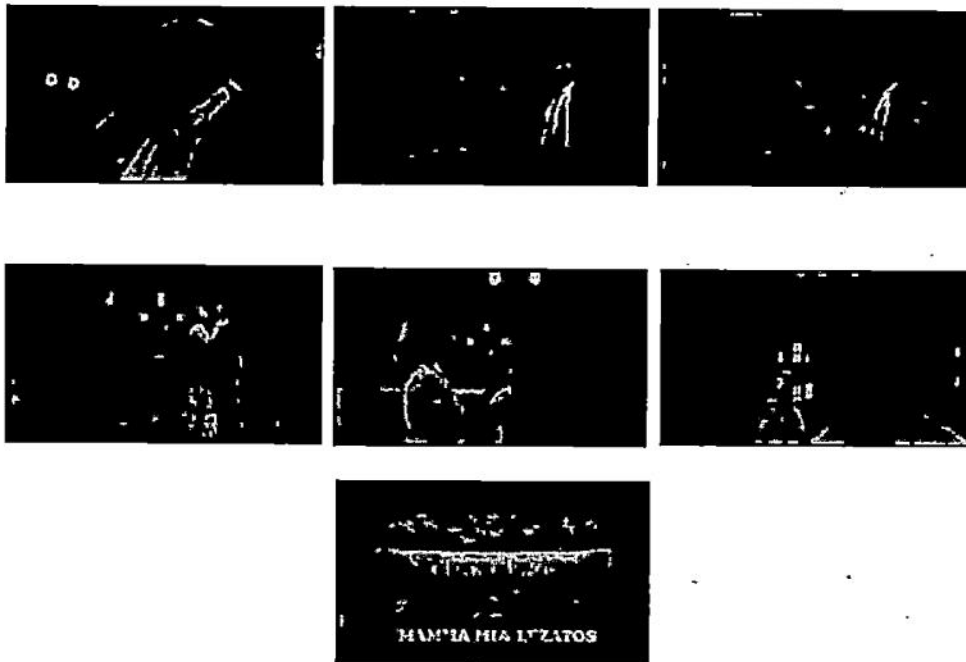
Gambar. 2.4

Seorang laki-laki berjalan di tengah kota sambil membawa keranjang kecil berisi makanan wafer chocolates yang berasal dari pemberian sang pelukis. Sambil berjalan dan menikmati wafer, sang laki-laki bertemu dengan kedua pria di tengah jalan. Tiba-tiba mereka melihat isi keranjang yang di bawa oleh sang laki-laki tersebut lalu mereka merampas semua wafer chocolates dan sang laki-laki itu dimasukkan dalam bagasi mobil, kedua pria itu pergi dengan mengendarai mobil untuk menemui bos besar yang menyuruh mereka untuk mencari Chocolatos untuk anaknya.



Gambar. 2.5

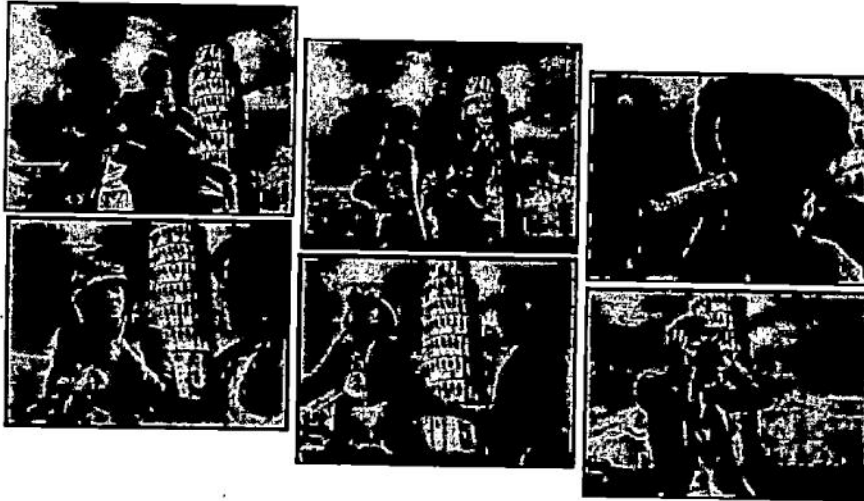
Setelah bertemu dengan bos besar kedua pria tersebut memperlihatkan seorang laki-laki, sang bos bertanya "mana chocolates" dengan rasa cemas sang laki-laki tersebut memberikan chocolates kepada bos besar.



Gambar.2.6

Melihat chocolates yang diberikan kepadanya, bos besar tergiur untuk memakannya dengan menikmatinya bos besar menyuruh kedua anak buahnya untuk membuang laki-laki tersebut disungai dengan sekejap sang putri anak bos melihat kejadian tersebut, lalu menyuruh ayah untuk melepaskan laki-laki tersebut dikarena laki-laki tersebut adalah laki-laki yang selama ini menjadi kekasihnya.

2. Iklan TVC Gery Chocolatos versi In Pisa Italia



Gambar 2.7

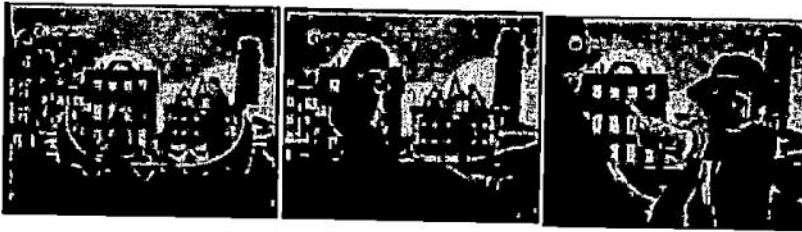
Berawal dari seorang pria sedang duduk di atas motor vespa dengan bersiul seketika ada seorang wanita lewat di depannya lalu pria tersebut meyapanya dan mau berkenalan, tetapi wanita itu ternyata tidak merespon sang pria tersebut ia hanya lewat saja. Setelah itu pria tersebut memakan sesuatu yaitu gery chocolatos dengan santainya menikmati sebuah wafer gery chocolatos ia berkata” gery chocolatos mamaia lezatos” seketika wanita itu lewat lagi dan melihat sang pria itu dengan seyuman manis.



Gambar 2.8

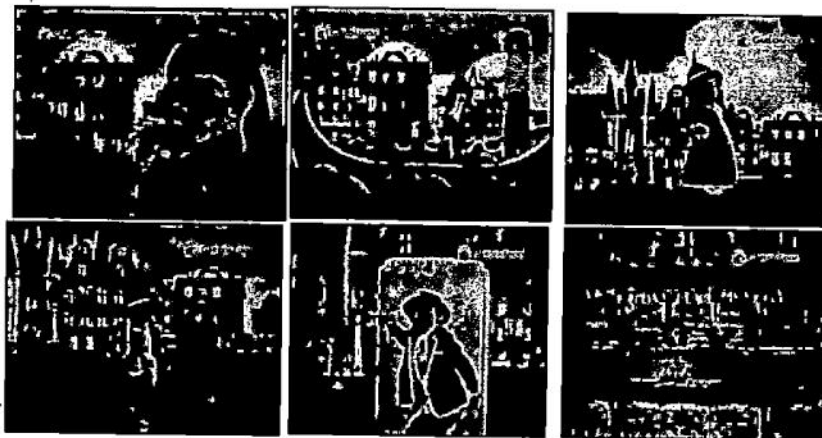
Tiba-tiba pria tersebut terkejut diatas motor karena ada seorang laki-laki, mengampirinya meyuruh pria tersebut untuk pergi dari atas motor vespa tesebut, karena disana lagi diadakan produksi pembuatan film.

3. Iklan TVC Gery Chocolatos versi Brandon Dance



Gambar 2.9

Ada sepasang anak laki-laki dan perempuan sedang naik sebuah perahu yang bernama Gondola. Mereka sangat menikmati perjalanan mereka, tiba-tiba anak laki-laki tersebut berlutut dengan memberikan sesuatu yaitu wafer gery chocolatos, sang anak perempuan kaget dan sangat senang menerimanya.



Gambar 2.10

Setelah menerima gery chocolates sang anak perempuan memakanya dengan senang sambil melihat sang anak laki-laki tersebut memperlihatkan kemampuannya sebuah hiburan dence di atas perahu gondola. Sang anak laki-laki tersebut mengajak si anak perempuan tersebut menari dance, setelah itu sang anak laki tersebut memperlihatkan sebuah lemari es yang isinya gery chocolates.



Gambar 2.11

Setelah melihat dari isi lemari es, mereka berdua mengambil dan memakan wafer gery chocolates dengan menikmatinya, tiba-tiba salju turun mereka berdua melanjutkan menari/dance.