

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Sejarah Perusahaan

Pada tahun 1977, PT. SMART Tbk mendirikan pabrik minyak goreng yang diberi nama PT. Kunci Mas Wijaya di atas tanah seluas 9500 m<sup>2</sup>. PT. Kunci Mas Wijaya beralamat di Jalan Rungkut Industri Raya I/34 Surabaya dan masih dalam wilayah PT. Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER) yang merupakan salah satu perusahaan pemerintah terbesar, yang ada di kawasan Jawa Timur. PT. Kunci Mas Wijaya memproduksi minyak goreng dengan merk Pelita dan Semar, serta dipasarkan dalam kemasan besar yaitu 180 kg/drum. Kapasitas produksi awal mencapai 100 ton per hari.

Pada tahun 1979, PT. SMART Tbk juga membeli tanah seluas 37.280 m<sup>2</sup> yang berlokasi masih dalam wilayah PT. SIER dan di atas tanah tersebut didirikan unit *refinery* minyak goreng dengan nama PT. Mulyorejo Industrial Company yang dilengkapi dengan sejumlah tangki tempat penyimpanan minyak goreng serta gedung perkantorannya.

Pada bulan Juli tahun 1981, PT. Mulyorejo Industrial Company diresmikan. Bahan mentah yang digunakan untuk memproduksi minyak goreng adalah *Crude Palm Oil (CPO)*. Uji coba dan penjualan produk minyak dimulai pada tahun tersebut dengan kapasitas produksinya 250 ton/hari, dengan menggunakan satu buah unit mesin *deodorizer*. Produk yang dihasilkan pada saat itu adalah produk non merk yang dijual dalam bentuk *bulk* dan produk bermerk dengan nama Bimoli yang dikemas dalam ukuran plastic kemasan (2 kg, 5 kg, dan 17 kg).

Pada tahun 1982, PT. Mulyorejo Industrial Company mulai meningkatkan kapasitas produksinya dengan cara menambah 1 buah unit mesin *deodorizer*, sehingga kapasitasnya mencapai 600 ton per hari. Untuk memenuhi tuntutan pasar, maka PT. Mulyorejo Industrial Company mulai menggunakan mesin-mesin otomatis dengan mendirikan unit *bottling* atau *bottle pack* untuk menambah jenis

kemasan yang ada, sehingga tersedia variasi kemasan minyak goreng Bimoli yaitu 620 mL, 1000 mL, 1500 mL, dan 2000 mL. Pada tahun yang sama PT. Mulyorejo Industrial Company mendirikan unit *margarine plant* untuk memproduksi margarin dengan merk Menara Eiffel. Produk yang dihasilkan dikemas dengan ukuran antara lain 15 kg, 5 kg, 250 gr, sachet dan 200 kg dalam kemasan drum.

Pada tahun 1982, PT. SMART Tbk membeli PT. Filma Oil dari P&G Company yang berlokasi di Jl. Gresik No 1-3 Surabaya. Jenis produk yang dihasilkan PT. Filma Oil saat itu adalah margarin dengan merk Palmboom dengan kapasitas produksi mencapai 750 ton per bulan.

Pada tahun 1983, PT. Mulyorejo Industrial Company mengadakan merger dengan Salim Group dan selanjutnya pusat pemasarannya ditempatkan di PT. SMIP (Sinar Mas Inti Perkasa) Jakarta, yang mengelolah:

1. PT. Mulyorejo, yaitu pabrik minyak goreng, baker's fat dan margarin dengan bahan baku utama kelapa sawit. PT. Mulyorejo Berlokasi di Surabaya;
2. PT. Sayang Heulang, yaitu pabrik minyak goreng, baker's fat dan margarin berlokasi di Jakarta;
3. PT. Bimoli, yaitu pabrik minyak goreng, baker's fat dan margarin dengan bahan baku kopra dan berlokasi di Bitung;
4. PT. Ivomas, yaitu pabrik minyak goreng dengan bahan baku sawit berlokasi di Medan.

Tahun 1989 PT. Kunci Mas Wijaya tidak diaktifkan lagi, hal ini dikarenakan pada masalah pengadaan bahan baku *Coconut Oil (CNO)*.

Pada bulan Oktober 1990, *joint venture* dengan Salim Group berakhir dan perusahaan dipisah menjadi dua group besar, yaitu:

1. Sinar Mas Group terdiri dari:
  - PT. Mulyorejo Industrial Company Surabaya dengan produk margarin dan *fat* bermerk Menara dan minyak goreng dengan merk Salak dan Kunci Mas dalam partai *bulk industrial* dan *semi consumer oil*. Untuk sementara waktu produk *consumer* bermerk tidak dioperasikan lagi.
  - PT. Ivomas pabrik minyak goreng dengan bahan baku sawit.

2. Salim group terdiri dari:

- PT. Sayang Heulang, pabrik minyak goreng bermerk Bimoli serta margarin dan fat dengan merk Simas.
- PT .Bimoli, yaitu pabrik minyak goreng, *baker's fat* dan margarin.

Pada tahun 1991 tepatnya bulan September PT. Mulyorejo Industrial Company meluncurkan produk minyak goreng dengan merk Filma dengan kemasan botol 0,5 L; 1 L; 1,5 L; 2 L; dan 5 L (dalam ukuran galon).

Pada bulan Oktober juga diluncurkan produk lain dengan merk “Kunci Mas” menyusul peluncuran merk Filma dengan kemasan 485 mL, 950 mL, dan ukuran galon 3.785 mL serta 5 L. Pada tahun yang sama juga dimunculkan produk baru margarin antara lain: Mastro, Palmvita serta margarin kualitas ekspor. Selain produk-produk di atas, kapasitas produksi juga ditingkatkan dengan penambahan “line”, sehingga kapasitas total produk per hari (per produk) menjadi:

- 190 ton untuk margarin plant (kemasan 15 kg =157,5 ton; kemasan 5 kg = 10 ton; dan kemasan 250 gram = 22,5 ton);
- 68 ton untuk *shortening* Palmvita;
- 150 ton untuk Pusaka White dan Delicio White;
- 190 ton untuk *shortening* “Red Rose”.

Pada bulan April 1992, PT. Mulyorejo Industrial Company melakukan *merger* dengan PT. SMART Jakarta dan sejak saat itulah PT. Mulyorejo Industrial Company berganti nama menjadi PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology (SMART).

Pada tahun 1993 di areal PT. Kunci Mas yang sudah tidak digunakan untuk proses produksi dibangun unit kemasan (*bottle plant*). Pada tahun ini juga dipasang unit *pack column* di tempat *refinery*, hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan kapasitas refinery sehingga kapasitas produknya per hari (per produk) mencapai:

- 1200 ton/hari untuk minyak curah;
- 900 ton/hari untuk minyak semi *consumer*;
- 700 ton/hari untuk minyak *consumer*.

Pada tanggal 15 November 1997 PT. SMART Tbk. Surabaya berhasil memperoleh sertifikasi ISO-9002 dan merupakan perusahaan minyak goreng dan margarin pertama di Indonesia yang mendapatkan penghargaan tersebut.

Pada tahun 2004, *margarin plant* mulai beroperasi dan memproduksi produk premium margarin dengan nama Filma. Pada tahun yang sama pula dilakukan peresmian kantor baru PT. SMART Tbk. Surabaya. Pada tahun 2006 dilakukan penggantian unit *crystallizer* lama dengan 6 unit *crystallizer* baru.

Dari tahun 2005 hingga 2014 PT. SMART Tbk. mendapatkan beberapa penghargaan, antara lain: Sertifikasi *HACCP-Food Safety* (SGS) pada tahun 2005, Sertifikasi ISO 9001:2000 (SGS) pada tahun 2006, dan Sertifikasi ISO 22000-*Food Safety* (SGS) pada tahun 2007. Pada tahun 2014 menerima penghargaan Primaniyarta 2014 sebagai *Global Brand Creator* dan *Outstanding Winner for Five Times Achievement* dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

PT. SMART Tbk dengan motto “*We Aim to be The Best*” memiliki visi untuk menjadi perusahaan berbasis kelapa sawit dengan integritas tinggi dan mengutamakan kepuasan konsumen. Pencapaian visi tersebut dilakukan dengan melaksanakan kebijakan mutu dan keamanan pangan, serta kebijakan labelisasi halal. Kebijakan mutu dan keamanan pangan PT. SMART Tbk. bertujuan untuk memuaskan pelanggan dan berkomitmen untuk:

1. Menjadi produsen produk yang bermutu dan aman untuk dikonsumsi;
2. Meningkatkan kesadaran pangan secara efektif dan melakukan perbaikan secara berkelanjutan;
3. Bekerjasama dengan pemasok untuk mendapatkan bahan baku dan bahan penunjang terbaik;
4. Senantiasa berinteraksi dengan pelanggan untuk memahami kebutuhan konsumen;
5. Memenuhi persyaratan undang-undang dan regulasi pangan, serta persyaratan pelanggan yang berkaitan dengan mutu dan keamanan pangan yang disetujui bersama.

Untuk mencapai visi tersebut PT. SMART Tbk., Surabaya memiliki misi sebagai berikut:

- a. Melebihi standar kualitas tertinggi;
- b. Mempertahankan pada tingkat tertinggi kesinambungan dan integritas;
- c. Memberdayakan masyarakat dan komunitas;
- d. Tren pengaturan inovasi dan teknologi.
- e. Mencapai nilai maksimum untuk pemegang saham

PT. SMART Tbk. juga memproduksi produk halal secara konsisten. Hal ini mencakup konsistensi dalam penggunaan dan pengadaan bahan baku, bahan tambahan pangan, bahan penolong, serta konsisten dalam proses produksi halal sesuai dengan syariat Islam.

## **I.2. Batasan Lokasi dan *Layout* Pabrik**

Lokasi merupakan variabel yang penting untuk menentukan kelancaran dari sebuah perusahaan, karena itu PT. SMART Tbk. memilih lokasi kawasan industri di Surabaya, tepatnya di Jalan Rungkut Industri Raya No 19 Surabaya. Kawasan industri tersebut dikelola oleh PT. Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER). Lokasi kawasan industri Rungkut Surabaya termasuk strategis karena dekat dengan pusat kota Surabaya ( $\pm 15$  km arah tenggara) dan pusat kota Sidoarjo ( $\pm 17$  km arah barat daya), serta dekat dengan pelabuhan Tanjung Perak ( $\pm 17$  km arah barat).

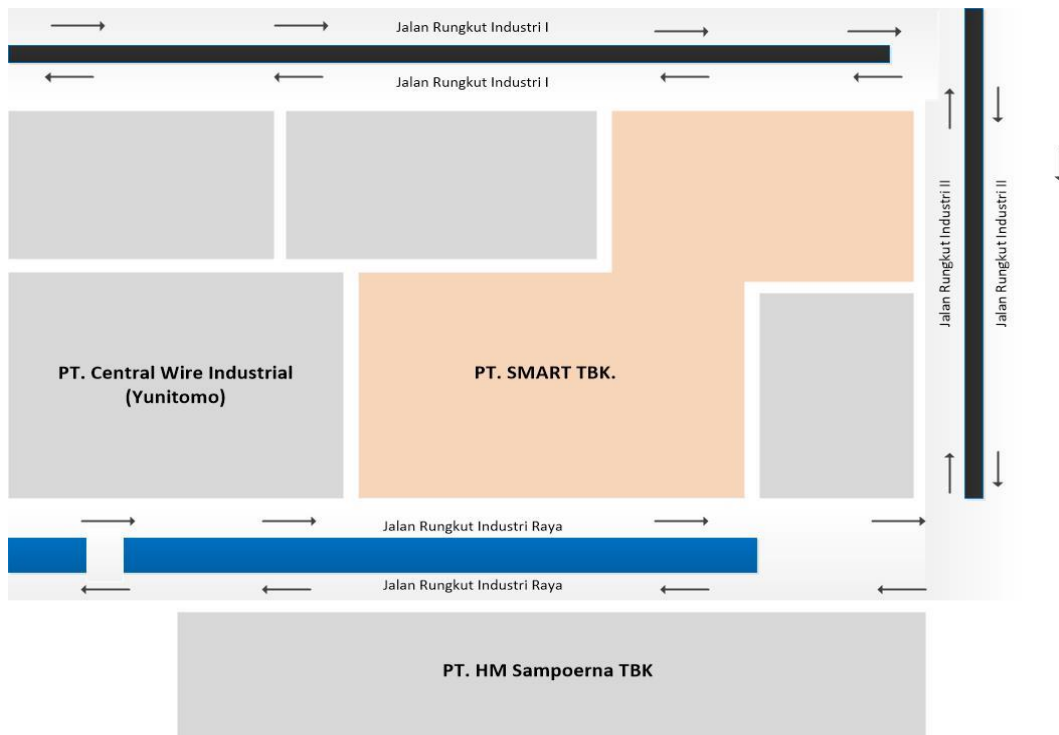
Batasan wilayah PT. SMART Tbk Surabaya adalah sebagai berikut dan digambarkan pada Gambar I.1.

Utara : Jalan Rungkut Industri I

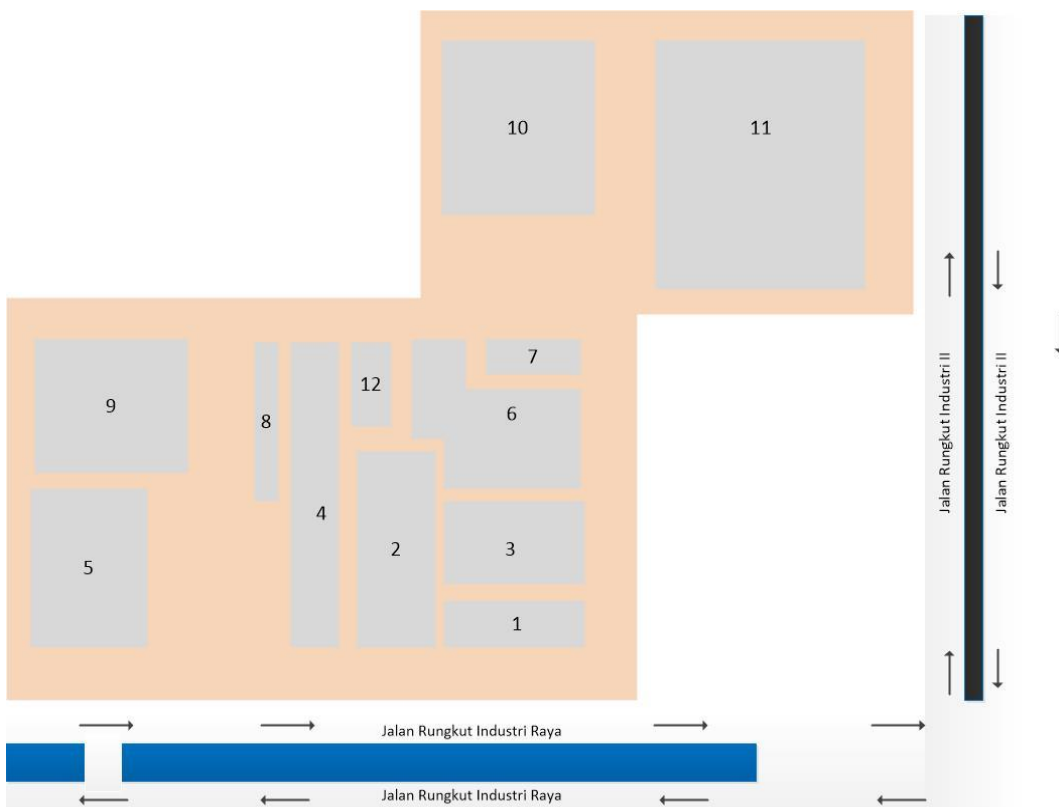
Selatan : Jalan Rungkut Industri Raya dan PT. HM Sampoerna Tbk

Timur : Jalan Rungkut Industri II

Barat : PT. Central Wire Industrial (Yunitomo)



Gambar I.1 Denah Lokasi Pabrik PT. SMART Tbk.



Gambar I.2 Denah Pabrik PT. SMART Tbk.

Keterangan Gambar:

1. Kantor Utama
2. *Quality Control*, Laboratorium, Margarin
3. Gudang Barang Jadi Margarin
4. Tangki Penampung *CPO* (C<sub>1</sub> – C<sub>8</sub>)
5. *Water Treatment Plant* (WTP)
6. *Refinery* dan Fraksinasi 1 dan 2
7. *Cooling Tower*
8. Poliklinik, Kalibrasi, Mushola, Kantin dan *Quality Control*
9. *Refinery* dan Fraksinasi 3
10. *Boiler House*
11. Gudang Barang Jadi Minyak dan *Filling*
12. *Power Generator*

### **I.3. Kegiatan Usaha**

PT. SMART Tbk. menjalankan peluang bisnis dalam industri kelapa sawit di Indonesia dan merupakan salah satu penghasil kelapa sawit terbesar di dunia. Adapun kegiatan usaha PT. SMART Tbk Surabaya adalah mengolah *Crude Palm Oil* (CPO) yang berasal dari kelapa sawit menjadi produk seperti berikut.

1. Produk utama, yaitu *Refined Bleached Deodorized Olein* (RBDO) atau yang sering disebut sebagai minyak goreng. Produk ini dijual untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam negeri maupun luar negeri. RBDO dikelompokkan menjadi 3 jenis berdasarkan kualitasnya, yaitu:
  - *Bulk*, yaitu minyak curah;
  - *Semi consumer*, yaitu Kunci Mas *Semi Consumer* (KMSC);
  - *Consumer*, yaitu Filma *Consumer Pack* (FMCP) dan Kunci Mas *Consumer Pack* (KMCP).
2. Produk samping (*by product*), yaitu *Refined Bleached Deodorized Stearin* (RBDST). Produk ini merupakan hasil dari proses pemisahan *Refined Bleached and Deodorized Palm Oil* (RBDPO) (fraksi padat) yang sebagian diolah

menjadi margarin dan sebagian dijual dalam bentuk curah untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam negeri maupun luar negeri;

3. Produk *intermediate*, yaitu *Refinery Bleached and Deodorized Palm Oil (RBDPO)*. Produk ini merupakan produk *intermediate* proses pembuatan *RBDPO* yang dijual dalam bentuk *bulk* untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam negeri;
4. Produk samping proses pembuatan *RBDPO*, yaitu *PFAD (Palm Fatty Acid Distillate)*. Umumnya, produk ini diekspor dalam bentuk *bulk* (curah).

PT. SMART Tbk. merupakan perusahaan swasta nasional yang tidak menjalin kerjasama dengan negara lain karena perusahaan ini berada di bawah naungan Lembaga Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN).

Hasil produksi dari PT. SMART Tbk. Surabaya merupakan hasil olahan minyak nabati yang meliputi minyak goreng, margarin, *butter oil substitute*, *shortening*, dan *speciality fat* dengan berbagai merk sebagai berikut.

a. Minyak Goreng

PT. SMART Tbk. merupakan salah satu produsen minyak goreng di Indonesia. Merk minyak goreng yang diproduksi oleh perusahaan adalah Filma, Kunci Mas, Mitra, Masku, dan sebagainya. Filma merupakan minyak goreng yang telah memperoleh penghargaan *Super Brand*. Filma terbuat dari kelapa sawit yang kaya akan omega 6 dan 9 serta provitamin A. Kualitas minyak goreng tersebut dicapai dan dipertahankan dengan pengawasan proses produksi yang ketat dan pelaksanaan *Good Manufacturing Practice (GMP)*. Kunci Mas merupakan salah satu merk minyak goreng sawit yang diproduksi oleh PT. SMART Tbk. Warna kuning emas pada Kunci Mas murni berasal dari betakaroten yang berperan sebagai provitamin A dan tokoferol yang berperan sebagai pre kursor vitamin E.

Produk minyak goreng yang diproduksi mempunyai kualitas yang bermacam-macam diantaranya; Filma *Consumer Pack (FMCP)* dan Kunci Mas *Consumer Pack (KMCP)* yang merupakan produk *consumer pack*. Produk ini biasa dijual di toko-toko skala kecil dan langsung dikonsumsi oleh masyarakat umum. Sedangkan Kunci Mas *Semi Consumer (KMSC)* adalah produk yang



biasa digunakan untuk industri rumah tangga seperti; catering dan restoran. Macam-macam produk minyak goreng yang dihasilkan PT. SMART Tbk. Surabaya dapat dilihat pada Tabel I.1. berikut.

Tabel I.1. Daftar Merek Dagang Minyak Goreng di PT. SMART Tbk. Surabaya

<b>No.</b>	<b>Merk Dagang</b>	<b>Kualitas</b>
1	Filma <i>pouch</i> 500 mL	FMCP
2	Filma <i>pouch</i> 1 L	FMCP
3	Filma <i>pouch</i> 2 L	FMCP
4	Filma botol 500 mL	FMCP
5	Filma botol 1 L	FMCP
6	Filma botol 2 L	FMCP
7	Filma botol kotak 250 mL (ekspor)	FMCP
8	Filma botol silinder 250 mL (ekspor)	FMCP
9	Filma botol 500 mL (ekspor)	FMCP
10	Filma botol 1 L (ekspor)	FMCP
11	Filma botol 2 L (ekspor)	FMCP
12	Filma jerigen 5 L	FMCP
13	Filma jerigen 5 L (ekspor)	FMCP
14	Filma jerigen 18 L	FMCP
15	Filma jerigen 20 L (ekspor)	FMCP
16	Filma BIB 18 L	FMCP
17	Gino (ekspor)	FMCP
18	Biss Oil <i>pouch</i> 2 L	FMCP
19	Biss Oil jerigen 5 L	FMCP
20	Tasty Tom (ekspor)	FMCP
21	Kunci Mas <i>pouch</i> 1 L	KMCP
22	Kunci Mas <i>pouch</i> 2 L	KMCP
23	Kunci Mas botol kotak 250 mL (ekspor)	KMCP
24	Kunci Mas botol 485 mL	KMCP
25	Kunci Mas botol 950 mL	KMCP
26	Kunci Mas botol 1,9 L	KMCP
27	Kunci Mas botol 485 mL (ekspor)	KMCP
28	Kunci Mas botol 950 mL (ekspor)	KMCP
29	Kunci Mas botol 1,9 L (ekspor)	KMCP
30	Kunci Mas jerigen 3,785 L	KMCP
31	Kunci Mas jerigen 5 L	KMCP
32	Kunci Mas jerigen 18 L	KMCP
33	Kunci Mas jerigen 5 L (ekspor)	KMCP
34	Mitra <i>pouch</i> 1 L	KMCP
35	Mitra <i>pouch</i> 1,8 L	KMCP
36	Mitra botol 950 mL (ekspor)	KMCP
37	Mitra jerigen 5 L	KMCP
38	Masku <i>pouch</i> 1,8 L	KMSC
39	Masku jerigen 5 L	KMSC

b. Margarin

Margarin yang diproduksi oleh PT. SMART Tbk. Terbuat dari nabati. Margarin merk Palmboom dan Menara Eiffel merupakan *consumer margarin*, sedangkan Mitra, Palmvita, dan Pusaka merupakan margarin industri. Macam-macam produk margarin yang dihasilkan PT. SMART Tbk. Surabaya dapat dilihat pada Tabel I.2. berikut.

Tabel I.2. Daftar Merek Dagang Margarin di PT. SMART Tbk. Surabaya

No.	Merk Dagang	Kemasan
1	Filma Margarin Salted	200 gram
2	Filma Margarin Unsalted	200 gram
3	Palmvita Margarin	200 gram
4	Margarin Menara	250 gram
5	Margarin Pumo	250 gram
6	Margarin Yoyale Boat	10 kg
7	Margarin Pomo	10 kg
8	Terry Margarin	10 kg
9	Margarin Palmboom Industri	15 kg
10	Palmvita Gold Bos	15 kg
11	Mari Gol	15 kg
12	Margarin Mita Krim	15 kg
13	Margarin Palmvita New	15 kg
14	Mitra BKF	15 kg
15	Golden Wheel	15 kg

c. *Butter Oil Substitute (BOS)*

PT. SMART Tbk. memproduksi *butter oil substitute* dengan merk Palmboom BOS V38 dan Palmvita Gold BOS V38. Persamaan antara kedua BOS adalah warna kuning emas, *moisture free*, dan dapat digunakan sebagai pengganti mentega untuk memanggang. Perbedaannya terletak pada *melting point* nya di mana *melting point* Palmvita Gold BOS V38 lebih rendah dibandingkan *melting point* Palmboom Bos V38.

d. *Shortening*

*Shortening* yang diproduksi PT. SMART Tbk. adalah Delicio White Fat, Palmvita White Fat, Palmvita Baker's Fat, Palmvita Gold Creaming Fat, Menara Baker's Fat, Mitra Baker's Fat, dan Pusaka White Baker's Fat.

e. *Speciality Fat*

PT. SMART Tbk. memproduksi *speciality fat* dengan merk *Delicio Coating Fat, Delicio Toffee Fat, Delicio White, Cocoa Butter Substitute (CBS)*, dan *Delicio 38*.

f. *Frying Fat*

*Frying fat* yang diproduksi PT. SMART Tbk. adalah *Good Fry*, terbuat dari minyak nabati yang mengalami hidrogenasi dengan penambahan antioksidan. Karakteristik *Good Fry* adalah berwarna putih dengan *high melting point, moisture free*, rasa dan flavor alami. Produk ini banyak digunakan untuk menggoreng kentang, donat, ayam, *vegetable, snack*, dan *chip*.

## I.4. Pemasaran

### I.4.1 Daerah Pemasaran

PT. SMART Tbk. menggunakan pasar nasional maupun internasional sebagai daerah sasaran pemasarannya. Adapun sistem pemasarannya adalah sebagai berikut:

1. Pemasaran Produk *Branded* (bermerk)

Produk *branded* dipasarkan pada pasar nasional dan internasional. Jaringan distribusi yang terlibat dalam pemasaran produk *branded* adalah sebagai berikut:

a. Nasional

Jaringan distribusi secara nasional dipercayakan kepada PT. Intermas Tata Trading. Untuk memperlancar proses distribusi produk, maka PT. Intermas Tata Trading memiliki pembagian area pemasaran sebagai berikut:

- Distributor Nasional, area pemasarannya meliputi wilayah Regional I-IV;
- Distributor Lokal, area pemasarannya meliputi provinsi yang terdapat di bawah wilayah regional;

- Sub-distributor, area pemasarannya meliputi kota-kota yang tersebar dalam area distributor lokal.

b. Internasional

Permintaan untuk memenuhi kebutuhan pasar luar negeri ditangani oleh PT. SMART Tbk. Jakarta yang merupakan *Head Office (HO)*. Namun untuk produksinya tetap dilakukan di PT. SMART Tbk. *Refinery Unit*, salah satunya PT. SMART Tbk. Surabaya. Produk berupa *Refined Bleached Deodorized Olein (RBDO)* dipasarkan ke Cina, Nigeria, Brazil dan lainnya dengan merk Filma, Mitra, dan Kunci Mas. Sedangkan untuk produk *Refined Bleached Deodorized Stearin (RBDS)* dipasarkan ke Cina, Nigeria, Brazil, Ukraina, New Zealand, beberapa negara-negara di benua Asia, Afrika, Amerika dan Eropa lainnya dengan merk Menara, Mitra, Flagship, *Isoc-premium*, *Isoc-CBS*, dan *Isoc-CF*.

2. Pemasaran Produk *Non-branded* (tidak bermerk)

a. Nasional

Proses distribusi produk *non-branded* dilakukan sesuai kesepakatan dengan *customer*. Untuk produk kualitas *semi consumer* dan *consumer*, perjanjian jual beli dilakukan secara *franco* (penjual menanggung biaya yang berhubungan dengan transaksi jual beli), sedangkan untuk produk kualitas *bulk* perjanjian jual beli dilakukan secara *loco* (pembeli menanggung biaya yang berhubungan dengan transaksi jual beli).

b. Internasional

Permintaan akan kebutuhan pasar luar negeri ditangani oleh PT. SMART Tbk. Jakarta, dan untuk prosesnya tetap ditangani oleh PT. SMART Tbk. *Refinery Unit*, salah satunya PT. SMART Tbk. Surabaya.

## I.4.2 Strategi Pemasaran

### a. *Segmenting*

Segmentasi geografis dalam pemasaran produk ke dalam wilayah yang berbeda-beda, namun tetap memberikan perhatian pada perbedaan kebutuhan yang sesuai dengan kondisi geografis masing-masing daerah. PT. SMART Tbk. membagi segmentasi berdasarkan *regional* untuk wilayah Indonesia menjadi 6 wilayah *regional* seperti berikut.

- *Regional 1* untuk wilayah Jakarta;
- *Regional 2* untuk wilayah Bandung dan sekitarnya;
- *Regional 3* untuk wilayah Semarang dan sekitarnya;
- *Regional 4* untuk wilayah Jawa Timur, Bali, dan Nusa Tenggara;
- *Regional 5* untuk wilayah Kalimantan dan Sulawesi;
- *Regional 6* untuk wilayah Sumatera.

Segmentasi geografis berdasarkan Negara, membagi pendistribusian yaitu Asia Tenggara dan negara – negara lainnya. Karena diluar negeri produk minyak goreng dan margarin produksi PT. SMART Tbk. Masih memiliki pelanggan yang loyal.

### b. *Targeting*

Target pasar dari produk minyak goreng Filma adalah pasar modern dan beberapa pasar tradisional. Pihak *marketing* dari perusahaan menargetkan bahwa setiap toko atau outlet baik dari pasar modern maupun tradisional wajib menjual minyak goreng Filma. Hal ini dimaksudkan untuk memperluas jaringan pemasaran minyak goreng Filma di pasaran. Oleh karena itu, PT. SMART Tbk. memiliki *sales* dan *merchandise (MID)* yang bertanggung jawab dalam mengawasi ketersediaan stok barang di pasaran. Hal tersebut sama halnya dengan produk margarin yang dihasilkan oleh PT. SMART Tbk. Surabaya.

### c. *Positioning*

PT. SMART Tbk. sangat mempertimbangkan posisi produknya agar dapat bersaing dengan para kompetitornya. Kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan merupakan sebuah produk yang memiliki

karakter yang berbeda dengan produk yang lain dimana produk minyak dari PT. SMART Tbk. merupakan produk sehat karena diperkaya dengan vitamin. Untuk produk-produk yang memiliki kualitas paling bagus seperti Filma diposisikan oleh perusahaan untuk bersaing dengan produk yang sejenis dari para kompetitor.

**d. Bauran Pemasaran (*Place, Promotion, Price, and Product*)**

Dalam meningkatkan volume penjualan produk minyak dan margarin, hal – hal yang yang perlu diperhatikan oleh PT. SMART Tbk. adalah sebagai berikut.

- Tempat (*Place*)

Ada 2 macam saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. SMART Tbk. Surabaya dalam menyalurkan produknya hingga ke tangan konsumen, yaitu penjualan melalui distributor dan tanpa distributor. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan volume penjualan. Saluran distribusi yang tidak melewati distributor dengan *sales marketing* perusahaan, sedangkan yang melalui distributor dipercayakan kepada anak perusahaan Sinarmas Group yang ada dibidang distributor yaitu PT. Intermas Tata Trading untuk pemasaran nasional.

- Promosi (*Promotion*)

Dalam meningkatkan jumlah permintaan produk, PT. SMART Tbk. Surabaya melakukan beberapa kegiatan promosi yang merupakan upaya untuk memperkenalkan produk di masyarakat. Dalam melaksanakan kegiatan promosi, PT. SMART Tbk. menggunakan alat bauran promosi antara lain:

1. Periklanan

Promosi *above the line* menggunakan periklanan media televisi, majalah, koran, dan *website*.

2. Promosi Penjualan

Promosi penjualan yang dilakukan oleh PT. SMART Tbk. yaitu dari segi tempat. Perusahaan melakukan komunikasi yang didukung

oleh jaringan pemasaran dengan sistem multi distribusi, sehingga mampu menjangkau seluruh wilayah Indonesia.

### 3. Acara dan Pameran

Strategi pemasaran melalui acara dan pameran ini dilakukan dengan cara terjun langsung pada acara tertentu, yang terkait dengan promosi pengenalan produk kepada masyarakat luas.

### 4. Pemasaran Langsung dan Interaktif

Pemasaran langsung menggunakan jasa *sales promotion girl* (SPG) yang berada di pasar modern atau pasar tradisional. Hal ini bertujuan untuk memasarkan produk PT. SMART Tbk. kepada konsumen dengan memberikan pelayanan yang menarik kepada konsumen.

- Harga (*Price*)

Harga merupakan suatu strategi perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor dalam pasar. Hingga saat ini, harga produk-produk dari PT. SMART Tbk. Surabaya relatif tinggi untuk merk tertentu dikarenakan kualitasnya yang dapat bersaing dengan produk lainnya. Minyak goreng Filma dijual oleh perusahaan dengan harga yang cukup tinggi, sedangkan Kunci Mas dengan harga cukup murah karena dikhususkan untuk kalangan konsumen menengah ke bawah.

- Produk (*Product*)

Produk-produk dari PT. SMART Tbk. dapat dibedakan langsung dari produk perusahaan lain yang sejenis. Hal ini disebabkan karena adanya *variable* atau *atribute* yang dapat dikenal secara langsung, yaitu :

1. Kualitas

Kualitas merupakan hal yang penting bagi sebuah produk karena merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat konsumen terhadap produk;

2. Kemasan

Pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah untuk produk guna memberikan daya tarik, sebagai identitas produk, dan sebagainya;

### 3. Merk

Merk merupakan nama, istilah, tanda, simbol, desain, warna, atau kombinasi atribut-atribut produk yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing;

### 4. Label

*Labelling* berkaitan erat dengan pengemasan dan bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai produk. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk.