

jawaban responden dari variabel penelitian tersebut reliabel, sehingga item-item pertanyaan dimasing-masing variabel dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN**

#### **A. PT. Wings Group**

Wings corporation didirikan oleh Ferdinand Katuari dan Harjo Sutanto pada tahun 1948 di Surabaya, Indonesia. Selama lima puluh tahun terakhir perusahaan ini telah berkembang dari sebuah industri rumah kecil menjadi pemimpin pasar yang mempekerjakan ribuan orang dengan pabrik berlokasi di Jakarta dan Surabaya.

Tujuan dari Wings Corporation adalah memproduksi produk-produk kualitas Internasional dengan harga ekonomis. Produksi pertama adalah dengan pembuatan sabun cuci hijau buatan tangan. Dengan produk ini, Wings berhasil menembus pasar kompetitif pada akhir tahun 1940-an. Setelah itu Wings memperkenalkan produk baru yaitu krim deterjen dan produk pembersih lainnya dan saluran distribusi yang didirikan di seluruh Indonesia. Beberapa dekade berikutnya melihat Wings terus memperluas lini produk untuk berbagai rumah tangga dan produk perawatan pribadi.

Wings juga memperluas jaringan distribusi selama periode ini, ke titik dimana produk yang tersedia di hampir setiap kota dan desa di setiap provinsi negara itu, situasi yang ada sampai hari ini. Wings saat ini memproduksi dan

menjual ratusan perlengkapan rumah tangga dan produk perawatan pribadi, dan baru-baru ini memperluas lini produknya termasuk minuman dan mie instan.

Saat ini, Wings diakui sebagai produsen lokal terkemuka dan distributor rumah tangga dan produk perawatan pribadi. Menjadi sebuah kelompok bisnis yang dinamis dan beragam, Wings masih didedikasikan untuk visi awal perusahaan konsumen dengan menyediakan rumah tangga dan produk perawatan pribadi kualitas tanpa kompromi. Visi dan misi dari PT. Wings Group adalah sebagai berikut:

Visi Perusahaan :

1. Berusaha untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan

Misi Perusahaan :

1. Kualitas Produk
2. Efisiensi Produksi
3. Disiplin Waktu dan Konsistensi dalam Quality

Sampai saat ini Wings telah memproduksi dan memasarkan lebih dari 40 produk. Dalam memasarkan produk-produk, perusahaan membagi dalam tiga divisi yaitu :

1. Produk rumah tangga antara lain Wings biru, Ekonomi, Daia, So klin power, Boom, So Klin Softener, So Klin Lantai Cleaner, Wings Porcelin Cleaner, Mama Lime, dan lain-lain.
2. Personal Care antara lain Ciptadent, Kodomo, dan Smile Up, Give, Nuvo, Page One, Emeron, Page One Botanical Shampoo, Hers dan lain-lain

3. Makanan dan Minuman antara lain Jas-Jus, Segar Dingin, Mie Sedaap, Kecap Sedaap dan lain-lain

## **B. Mie Sedaap Korean Spicy Chicken**

Mie Sedaap adalah merek mi instan yang diproduksi oleh Wings Food dan menjadi produk mie instan populer kedua di Indonesia. Diluncurkan pada tahun 2003, tiga puluh satu tahun setelah Indomie. Selain di Indonesia, Mie Sedaap juga dijual di luar negeri, antara lain Malaysia dan Nigeria. Pada awal diluncurkan, varian rasa Mie Sedaap hanya ada tiga varian, yaitu Mie Goreng dengan "kriuk-kriuk" (bawang gurih renyah), Rasa Soto dengan "koya" (serbuk gurih) dan Rasa Ayam Bawang dengan bawang goreng. Setahun kemudian, pada tahun 2004, Mie Sedaap hadir dengan Rasa Kari Ayam dengan serbuk gurih kari dan santan. Pada akhir tahun 2005, Mie Sedaap Sambal Goreng diluncurkan. Pada tahun 2008 Pada tahun 2009 Mie Sedaap meluncurkan rasa barunya, Rasa Kari Spesial dengan Bumbu Kari Kental dan Rasanya Nendang. Pada tahun 2011 Mie Sedaap meluncurkan rasa barunya, Rasa Ayam Spesial dengan tagline Mantap Kaldunya. Saat ini, Mie Sedaap merupakan kompetitor dari Indomie.

Mie Sedaap baru-baru ini mengeluarkan varian baru di bawah lini Mie Sedaap Selection yaitu Mie Sedaap Korean Spicy Chicken. Sejak diperkenalkan pertama kali di festival musim panas tahunan terbesar di Indonesia, Mie Sedaap Korean Spicy Chicken seketika menyita perhatian dan disambut dengan antusiasme yang positif khususnya para milenial dan *KPopers*.

Terbukti, mie instan ala Korea ini tercatat habis terjual hanya dalam kurun waktu 1 minggu sejak dirilis. Secara keseluruhan, Mie Sedaap memang dikenal dengan teksturnya yang kenyal serta rasanya yang khas dan lezat. Tidak hanya itu, inovasi-inovasi baru dari Mie Sedaap tentunya juga mendapatkan respon yang positif oleh seluruh kalangan konsumen Indonesia. Mie Sedaap Korean Spicy Chicken merupakan mie instan pertama di Indonesia yang bisa diatur tingkat kepedasannya, sehingga sangat cocok untuk semua lidah Indonesia khususnya para pecinta rasa pedas.

Perencanaan aspek pemasaran merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh manajemen Wings Food. Menurut manajer pemasaran lokal tentang target atau tujuan pemasaran Selama ini tidak ada target khusus dalam pemasaran hanya melakukan riset sebelum produk atau iklan baru diluncurkan sesuai dengan target demografik dan mengevaluasinya setelah itu apakah berguna secara efektif bagi perusahaan. Wings Food menggunakan iklan TV, iklan youtube, dan kampanye sponsor dalam acara dalam memasarkan produknya, tentunya dengan bantuan distributor mereka.