

BAB II

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Dalam situs resmi PT. Wings Surya (wingscorp.com), PT. Wings Surya merupakan perusahaan yang berjalan dalam bidang penjualan produk-produk rumah tangga, perawatan, makanan dan minuman. Bermula pada tahun 1948, dua pria bernama Johannes F. Katuari dan Harjo Sutanto, mendirikan pabrik sabun rumah tangga yang diberi nama Fa. Thong Fat, yang berarti “sukses dan makmur bersama”. Produk pertama Fa. Thong Fat yaitu sabun batang dengan merek Wings Soap dan produk ini dipasarkan menggunakan sepeda dengan sistem penjualan pintu ke pintu, menipkan produk di beberapa toko-toko kecil, dan juga menggunakan penjual keliling. Semenjak saat itu, banyak perubahan dialami Fa. Thong Fat, dimulai dari perubahan nama menjadi Wings Surya, mendirikan beberapa anak perusahaan, hingga mulai memproduksi produk-produk lain seperti sabun, sabun pembersih toilet, bedak, deterjen, pelembut kain, pembersih lantai, pembalut, makanan dan minuman. (Sukandar, 2019).

Salah satu produk yang diproduksi oleh PT. Wings Surya yaitu Mie Sedaap. Dalam situs resmi Wings (wingscorp.com), Mie Sedaap merupakan salah satu merek mie instan terkemuka yang terbuat dari bahan-bahan berkualitas dan rempah-rempah alami serta dilengkapi dengan formulasi bumbu yang tepat. Diluncurkan pertama kali pada tahun 2003 dan terus mendapatkan respon positif untuk kualitas mie dengan tekstur kenyal dan rasa yang nikmat. Hingga saat ini, Mie Sedaap banyak mengeluarkan berbagai macam variasi rasa, setidaknya ada 14 varian rasa

yang telah tersebar ke seluruh pelosok Indonesia, seperti varian Mie Sedaap Goreng, Mie Sedaap Soto, Mie Sedaap Ayam Bawang, Mie Sedaap Kari Spesial, Mie Sedaap Goreng Mi Ayam Istimewa, Mie Sedaap Baso Spesial, Mie Sedaap Kari Ayam, Mie Sedaap Ayam Spesial, Mie Sedaap Goreng Krispi, Mie Sedaap Sambal Goreng, Mie Sedaap White Curry, Mie Sedaap Ayam Bawang Telur, Mie Sedaap Selection Korean Spicy Chicken, Mie Sedaap Selection Korean Spicy Soup, dan Mie Sedaap Selection Singapore Spicy Laksa.

Dalam Nasution (2010), menurut Rudy Bonardi, manajer promosi Wings Group menjelaskan perilsan Mie Sedaap sebagai tanda terjunnya PT. Wings Surya ke produk mie instan didasari dua hal yaitu, sebagai perusahaan *consumer good*, pihaknya merasa perlu mengembangkan produk makanan dan bukan makanan, dan dikarenakan konsumsi mie instan di Indonesia masih sangat kecil dibanding negara lain seperti Malaysia dan Thailand, namun perlahan mulai menjadi kebudayaan, sehingga masih banyak pasar yang menjanjikan. Meski pangsa pasar mie instan saat ini masih didominasi produk mie instan milik Indofood, masih terdapat celah yang dapat dimanfaatkan PT. Wings Surya untuk meluncurkan produk mie instan, yang dimana pada saat itu pasar mie instan di Indonesia masih sangat kecil.

Ketertarikan peminat mie instan memilih Mie Sedaap untuk dikonsumsi dikarenakan harga Mie Sedaap yang relatif murah dengan target pasar menengah kebawah dan dengan varian rasa yang beragam yang dapat menjangkau berbagai macam kelas sosial. Selain itu, promosi yang dilakukan Mie Sedaap tidak tanggung-tanggung yang mana, menurut data Nielsen Media Research (berdasarkan harga standar iklan tanpa potongan) dalam periode Januari-Mei 2004, Mie Sedaap

setidaknya mengeluarkan dana iklan sebesar Rp 33,8 miliar yang membuat perilisan Mie Sedaap melesat dan pada April 2003, Mie Sedaap berhasil mengambil 12% pangsa pasar pesaingnya. (Nasution, 2010).

Pada tahun 2019 lalu, Mie Sedaap meluncurkan varian rasa baru yaitu Mie Sedaap Selection Korean Spicy Chicken kemudian disusul dengan perilisan varian rasa Mie Sedaap Selection Korean Spicy Soup. Menurut Jane Margaretha, Brand Manager Mie Sedaap, di luncurkannya varian Mie Sedaap Selection K-Spicy ini merupakan inovasi yang diadaptasi dengan tren pasar untuk menjawab kebutuhan masyarakat Indonesia khususnya para penggemar cita rasa pedas. Selain itu, fenomena K-Pop yang sangat menarik karena perkembangannya yang begitu cepat dan peminatnya juga banyak dari seluruh lapisan masyarakat. Hal ini menginspirasi untuk menghadirkan varian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken. (wingscorp.com, n.d.).

Bersamaan dengan perilisan varian rasa baru Mie Sedaap Korean Spicy Series, Mie Sedaap memilih Choi Siwon sebagai *endorser* sekaligus brand ambassador. Menurut Jane Margaretha, Brand Manager Mie Sedaap, faktor pendorong terpilihnya Choi Siwon sebagai *endorser* dan brand ambassador adalah Choi Siwon merupakan seorang aktor sekaligus anggota boy band Super Junior asal Korea Selatan yang dikenal sebagai sosok idola yang inspiratif dan *influential*, khususnya bagi pasar di Indonesia. (wingscorp.com, n.d.). Brand Manager Mie Sedaap, Jane Margaretha juga menyatakan, sejak diluncurkan pertama kali, Mie Sedaap Selection Korean Spicy Series telah menjadi pilihan favorit masyarakat dengan animo permintaan yang tinggi terlebih setelah melibatkan Choi Siwon

sebagai wajah dari Mie Sedaap. Selanjutnya, Choi Siwon yang dikenal sebagai sosok yang profesional, perfeksionis, serta menjunjung tinggi kualitas terbaik dalam pekerjaannya. Hal ini sejalan dengan motivasi Mie Sedaap yaitu selalu menjaga kualitas terbaik untuk seluruh produk Mie Sedaap. (wingscorp.com, n.d.).

