

BAB II

DESKRIPSI OBJEK & SUBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Djarum

PT Djarum, perusahaan rokok terkemuka di Indonesia berpusat di Kudus, Jawa Tengah, merupakan salah satu dari tiga perusahaan rokok kretek terbesar di Indonesia bersama PT. Gudang Garam dan PT. HM Sampoerna. Sejarah Djarum dimulai pada tahun 1951, ketika Oei Wie Gwan membeli usaha kecil di bidang kretek yang awalnya bernama "Djarum Gramophon" dan mengubahnya menjadi "Djarum". Pada tahun itu, Oei memasarkan produk pertamanya dengan merek "Djarum," yang diterima dengan baik oleh pasar (PT Djarum, n.d.).

Pada tahun 1963, perusahaan menghadapi cobaan serius ketika pabrik hampir hancur dalam kebakaran dan Oei Wie Gwan meninggal dunia. Putra-putranya, Budi 'Michael' Hartono dan Bambang 'Robert' Hartono, mengambil alih perusahaan, membangun kembali, dan mendirikan departemen penelitian dan pengembangan untuk menciptakan produk tembakau Djarum yang baru dan inovatif serta modernisasi peralatan pabriknya (PT Djarum, n.d.).

Perkembangan pesat perusahaan berlanjut dengan bergabungnya Ir. Julius Hadinata pada tahun 1967. Seorang lulusan Belanda, Ir. Julius Hadinata merestrukturisasi perusahaan dengan merekrut banyak profesional muda. Bagian penelitian dan pengembangan produksi mulai melibatkan ahli kimia untuk melakukan penelitian bahan kimia, bertujuan

untuk meningkatkan kenikmatan dan kualitas rokok Djarum (PT Djarum, n.d.).

Ir. Julius Hadinata mengubah kebijakan produksi dengan mengimpor mesin-mesin berteknologi baru dari Inggris dan Jerman untuk pengolahan tembakau dan pembuatan rokok. Penggunaan teknologi ini mengakibatkan lonjakan produksi rokok hingga tiga kali lipat dari sebelumnya, mencapai 3 miliar batang rokok. Produk baru seperti "Admiral" dan "VIP Biru" diperkenalkan pada tahun 1968. Pada tahun 1969, ekspansi pemasaran dilakukan dari awalnya terbatas di Jawa Tengah dan Jawa Barat menjadi mencakup Jawa Timur dan luar Jawa (PT Djarum, n.d.).

Ketika hendak melakukan ekspansi di luar Pulau Jawa, terjadi perdebatan sengit di antara direksi perusahaan. Beberapa mendukung ide tersebut, sementara yang lain berpendapat bahwa masih terlalu dini, mengingat Pulau Jawa masih memiliki potensi pengembangan yang besar. Terutama pada saat itu, infrastruktur untuk pemasaran di luar Pulau Jawa masih sangat kurang memadai, dengan kendala pada angkutan kapal, pesawat, dan jalan daerah yang tidak dapat diandalkan. Meskipun demikian, Budi Hartono tetap mengedepankan prinsip "*maju terus pantang mundur*." Melalui usaha pemasaran yang konsisten, tim pemasaran Djarum berhasil membangun dasar yang kuat, sehingga jaringan distribusi Djarum dapat meluas dari Sabang hingga Maluku.

Pada akhir tahun 1969, terjadi penurunan produksi, sebagian disebabkan oleh hasil pembelian tembakau tahun 1968 yang kurang memuaskan. Kualitas panen tembakau saat itu di bawah standar, sehingga setelah disimpan selama dua tahun, tembakau tersebut tidak layak digunakan dan berubah menjadi bubuk. Akibatnya, penjualan rokok Djarum mengalami penurunan yang signifikan di awal dekade ketiga. Pengalaman ini mendorong Budi Hartono untuk mendirikan tempat khusus uji coba peramuhan rokok, yang kemudian menjadi Departemen *Research & Development (R&D)* Djarum. Tempat sederhana ini berlokasi di dekat Kantor Pusat Djarum, di jalan Bitingan Baru.

Pada tahun 1972, Djarum Coklat diluncurkan, dan dua tahun kemudian, Budi Hartono bekerja sama dengan konsultan seperti Han Bing Siang, Hans Runderkamp, dan Karnik Prabakar untuk memberikan masukan bagi pengembangan perusahaan. Pada sekitar tahun 1976, diluncurkan Djarum 76, yang lebih ditujukan untuk pasar Jawa Tengah dan Jawa Timur. Pemanfaatan teknologi, terutama dalam pengolahan tembakau, meningkatkan produksi hingga tiga kali lipat dibanding tahun sebelumnya. Faktor-faktor penunjang produksi, termasuk penambahan mesin, karyawan, dan perbaikan teknis, sangat dipertimbangkan.

Kesulitan dalam mencari tenaga pelinting rokok kretek pada masa itu mendorong manajemen untuk memproduksi rokok kretek dengan menggunakan mesin. Budi Hartono melakukan pencarian prototipe mesin, bahkan meninjau langsung produsen mesin di Amerika dan Eropa. Upaya

ini kemudian dilanjutkan oleh Han Bing Siang, yang berhasil mendapatkan mesin di Belanda. Pada tahun 1976, mesin dari Inggris dan Belanda dipasang, dan pada akhir tahun itu, Djarum melakukan terobosan dengan meluncurkan rokok Sigaret Kretek Mesin (SKM). Faktanya, upaya mekanisasi ini menghasilkan Djarum Filter, Djarum Filter Special, Djarum Filter Kuning, dan Djarum Filter Deluxe sebagai SKM pertama yang diproduksi oleh Djarum pada tahun 1977. Mesin pembuat rokok kretek ini mampu menghasilkan 7.000 batang rokok per menit, melampaui produktivitas sepasang pelinting dan batil dalam satu hari.

Ketika hendak melakukan ekspansi di luar Pulau Jawa, terjadi perdebatan sengit di antara direksi perusahaan. Beberapa mendukung ide tersebut, sementara yang lain berpendapat bahwa masih terlalu dini, mengingat Pulau Jawa masih memiliki potensi pengembangan yang besar. Terutama pada saat itu, infrastruktur untuk pemasaran di luar Pulau Jawa masih sangat kurang memadai, dengan kendala pada angkutan kapal, pesawat, dan jalan daerah yang tidak dapat diandalkan. Meskipun demikian, Budi Hartono tetap mengedepankan prinsip "maju terus pantang mundur." Melalui usaha pemasaran yang konsisten, tim pemasaran Djarum berhasil membangun dasar yang kuat, sehingga jaringan distribusi Djarum dapat meluas dari Sabang hingga Maluku.

Pada akhir tahun 1969, terjadi penurunan produksi, sebagian disebabkan oleh hasil pembelian tembakau tahun 1968 yang kurang memuaskan. Kualitas panen tembakau saat itu di bawah standar, sehingga

setelah disimpan selama dua tahun, tembakau tersebut tidak layak digunakan dan berubah menjadi bubuk. Akibatnya, penjualan rokok Djarum mengalami penurunan yang signifikan di awal dekade ketiga. Pengalaman ini mendorong Budi Hartono untuk mendirikan tempat khusus uji coba peramuan rokok, yang kemudian menjadi Departemen *Research & Development (R&D)* Djarum. Tempat sederhana ini berlokasi di dekat Kantor Pusat Djarum, di jalan Bitingan Baru.

Pada tahun 1972, Djarum Coklat diluncurkan, dan dua tahun kemudian, Budi Hartono bekerja sama dengan konsultan seperti Han Bing Siang, Hans Runderkamp, dan Karnik Prabakar untuk memberikan masukan bagi pengembangan perusahaan. Pada sekitar tahun 1976, diluncurkan Djarum 76, yang lebih ditujukan untuk pasar Jawa Tengah dan Jawa Timur. Pemanfaatan teknologi, terutama dalam pengolahan tembakau, meningkatkan produksi hingga tiga kali lipat dibanding tahun sebelumnya. Faktor-faktor penunjang produksi, termasuk penambahan mesin, karyawan, dan perbaikan teknis, sangat dipertimbangkan.

Kesulitan dalam mencari tenaga pelinting rokok kretek pada masa itu mendorong manajemen untuk memproduksi rokok kretek dengan menggunakan mesin. Budi Hartono melakukan pencarian prototipe mesin, bahkan meninjau langsung produsen mesin di Amerika dan Eropa. Upaya ini kemudian dilanjutkan oleh Han Bing Siang, yang berhasil mendapatkan mesin di Belanda. Pada tahun 1976, mesin dari Inggris dan Belanda

dipasang, dan pada akhir tahun itu, Djarum melakukan terobosan dengan meluncurkan rokok Sigaret Kretek Mesin (SKM).

Upaya mekanisasi ini menghasilkan Djarum Filter, Djarum Filter Special, Djarum Filter Kuning, dan Djarum Filter Deluxe sebagai SKM pertama yang diproduksi oleh Djarum pada tahun 1977. Mesin pembuat rokok kretek ini mampu menghasilkan 7.000 batang rokok per menit, melampaui produktivitas sepasang pelinting dan batil dalam satu hari.

Dengan kesulitan dan perjuangan, perusahaan berusaha memperbaiki situasi yang terjadi. Pada era 1990 hingga 1995, pemasaran Djarum Super mengalami penurunan drastis. Tahun 1991 menjadi tahun terburuk bagi perusahaan setelah mencapai kesuksesan pada akhir dekade 80-an. Keadaan semakin rumit dengan monopoli cengkeh oleh BPPC. Namun, setelah mengalami kemunduran, Djarum berhasil melakukan perbaikan melalui restrukturisasi manajemen, peningkatan proses produksi, dan strategi pemasaran. Meskipun begitu, beberapa konsumen merasa kecewa terhadap Djarum.

Pada tahun 1997, manajemen sepakat untuk membangun fondasi yang kokoh agar perusahaan dapat terus maju dan tidak mudah tergoyahkan. Fondasi tersebut mencakup Ideologi Inti dan Visi Masa Depan perusahaan. Sejak tahun 1998, manajemen bersama seluruh keluarga besar Djarum secara konsisten berusaha untuk memajukan perusahaan dengan mengacu pada Ideologi Inti dan Visi Masa Depan. Nilai-nilai inti yang berfokus pada pelanggan, profesionalisme, organisasi

yang terus belajar, satu keluarga, dan tanggung jawab sosial diterapkan secara bertahap dalam seluruh proses kerja, mulai dari riset konsumen, desain produk, produksi, hingga pemasaran dan penjualan.

Dalam era baru ini, Djarum terus melakukan perbaikan sesuai dengan Ideologi Inti dan Visinya guna meningkatkan kepuasan konsumen. Pada tahun 2000, Djarum menerapkan konsep 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, Rajin). Pada tahun yang sama, perusahaan mulai mengejar standar manajemen mutu ISO 9001 untuk memastikan kualitas produk dan kepuasan konsumen. Implementasi 5R, ISO 9001, dan K3 di seluruh unit kerja Djarum menunjukkan komitmen kuat terhadap peningkatan kinerja organisasi secara menyeluruh. Pada tahun 2007, PT Djarum berhasil menghasilkan 40,4 miliar batang rokok dengan nilai cukai sebesar Rp. 7,9 triliun. Pada tahun 2013, proyek *OASIS* diresmikan sebagai pabrik rokok Sigaret Kretek Mesin. Hingga tahun 2015, PT. Djarum telah mengembangkan berbagai produk dan menjadi perusahaan nasional dengan penjualan rokok terbesar ketiga di Indonesia.

Saat ini, PT. Djarum telah mempekerjakan sekitar 75.000 orang untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik dan internasional, menjadikannya salah satu perusahaan dengan pendapatan terbesar di Indonesia. Perusahaan ini terus meluncurkan produk inovatif, meningkatkan fasilitas produksi untuk efisiensi dan kualitas, serta meraih berbagai penghargaan manajemen mutu, termasuk kualitas produk rokok, konsistensi rasa, kemasan, dan pelayanan yang memuaskan konsumen. Di

pasar internasional, produk rokok kretek Djarum telah tersebar luas di lima benua dengan berbagai merek, mengalami kemajuan yang pesat.

B. Visi & Misi Djarum

1. Visi

- a. Kepemimpinan dalam pasar dengan cara menghasilkan produk-produk yang berkualitas tinggi secara konsisten dan inovatif untuk memuaskan konsumen.
- b. Penciptaan citra positif yang kuat untuk perusahaan dan merek-merek kita.
- c. Manajemen yang profesional yang berdedikasi serta sumber daya manusia yang kompeten.

2. Misi

"Kami hadir untuk memuaskan kebutuhan merokok para perokok." Dari visi dan misi di atas dapat dipahami bahwa visi

masa depan PT Djarum mencakup tiga poin utama yang mencerminkan arah dan tujuan perusahaan. Pertama, perusahaan berambisi untuk menjadi pemimpin dalam industri rokok dengan menekankan produksi produk berkualitas tinggi yang terus menerus inovatif. Fokus utama dari visi ini adalah untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan menyediakan produk yang unggul. Kedua, PT Djarum berkomitmen untuk menciptakan citra positif yang kuat baik untuk perusahaan maupun merek-mereknya. Ini melibatkan upaya untuk membangun reputasi

yang baik di mata publik dan pelanggan. Terakhir, visi ini menegaskan pentingnya manajemen yang profesional dan sumber daya manusia yang kompeten, menunjukkan dedikasi perusahaan terhadap pengembangan karyawan dan efektivitas manajemen.

Sementara itu, misi perusahaan secara tegas menyatakan tujuan utama PT Djarum, yaitu memuaskan kebutuhan merokok para perokok. Pernyataan ini mencerminkan fokus perusahaan pada konsumen rokok dan tekad untuk memberikan produk yang sesuai dengan preferensi dan harapan para perokok. Misi ini menekankan pentingnya memenuhi kebutuhan pasar yang menjadi target utama perusahaan, sehingga memberikan arah yang jelas terhadap upaya pengembangan dan peningkatan produk rokok yang mereka tawarkan.

C. Profil Subjek Penelitian

DSquad

1. Risna Mayli

Risna Mayli merupakan seorang *influencer* yang memulai karirnya melalui Twitter lalu merambah ke Instagram. Risna berdomisili di Jakarta Timur sehingga tergabung ke dalam DSquad Regional Jakarta Timur. Risna memiliki *audience* yang didominasi oleh pria.

2. Habibi (Secret of the Sun)

Habibi berdomisili di Bekasi dan memiliki nama panggung Secret of the Sun. Habibi adalah seorang pekerja kreatif yang berfokus di

bidang karya seni lukis. Meski berdomisili di Bekasi, Habibi bergabung ke dalam DSquad Regional Jakarta Barat karena banyak dari pekerjaannya berlokasi di Jakarta Barat.

