

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah Perusahaan

Sejarah PT. Otsuka Indonesia menurut otsuka.co.id didirikan secara resmi pada tahun 1975 sebagai perusahaan patungan di bidang industri farmasi dengan Otsuka Pharmaceutical Co. Ltd, Jepang. Berdiri diatas tanah seluas 40.000 meter persegi di Lawang, sebuah kota kecil di Jawa Timur (+/- setengah jam perjalanan dengan kendaraan bermotor, disebelah Utara kota Malang). Otsuka Indonesia telah berhasil menembus pasar kebutuhan produk farmasi di Indonesia dan juga telah memberikan sumbangsiah yang cukup besar bagi perkembangan kesehatan di negeri ini. Bahkan produk-produk farmasi Otsuka Indonesia telah di ekspor ke beberapa negara tetangga, sehingga produk PT. Otsuka Indonesia tidak hanya dikenal di dalam negeri saja tetapi sudah dikenal luas di banyak negara (khususnya Asia). Pada awal berdirinya, PT.OI masih mengimpor semua produk dasar dari Otsuka Jepang. Menanggapi kebijakan pemerintah RI tentang pentingnya memproduksi sendiri produk obat-obatan di dalam negeri, PT. OI memutuskan untuk memproduksi semua produk di dalam negeri. Melalui suvey serta penelitian-penelitian yang cermat dan berkesinambungan, ditemukanlah sumber air alam bersih di Gunung Arjuna, Jawa Timur, yang

dari hasil penelitian laboratorium diketahui mengandung komponen-komponen yang diperlukan sebagai bahan dasar cairan nutrisi klinis, karena mutunya yang sangat baik dan berkualitas, cairan-cairan parenteral Otsuka menjadi sangat terkenal di Indonesia. Keberhasilan di bidang cairan dasar ini mendorong PT. OI membuka peluang-peluang lain di bidang industri farmasi di Indonesia, seperti obat-obatan resep, dimana saat ini Otsuka telah memproduksi 6 jenis obat resep (salah satunya berupa sirup) yang telah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia dan juga oleh para dokter. Diversifikasi usaha PT. OI tidaklah berhenti sampai disini. Sebuah pabrik baru dibangun diatas lahan yang sama untuk menunjang produksi dengan memproduksi peralatan medis. Keberhasilan PT. OI di bidang Farmasi dan Peralatan Medis telah mendorong untuk terus maju melangkah memasuki usaha di bidang produk konsumen. Setelah melampaui beberapa tahapan penelitian, akhirnya saat ini masyarakat Indonesia telah mengenal dengan baik produk minuman isotonik POCARI SWEAT yang mampu mengganti cairan tubuh yang hilang karena bermacam penyebab kegiatan fisik yang dilakukan manusia. Operasi usaha PT. OI terus berkembang, dimana hal ini dapat dilihat dari pasukan Medical Representative yang dapat dijumpai di berbagai kota besar dan kecil di Indonesia. Tidak hanya di Indonesia, Jaringan pasar internasional Otsuka juga terus berkembang dan saat ini Otsuka International telah dapat dijumpai di 15 negara di Timur Tengah, Asia Tenggara, Asia Selatan, Afrika termasuk juga di Amerika. PT. Otsuka Indonesia dalam setiap

langkah pengembangan usahanya selalu dilandasi semboyan/motto, "Memberikan kontribusi bagi kesehatan umat manusia yang lebih baik".

Berikut merupakan kronologi kemunculan Pocari Sweat pertama kali di Jepang sesuai dengan page Pocari ID di Facebook : Kemunculan Pocari Sweat pada tahun 1973 di Jepang, muncul ide untuk pengembangan minuman kesehatan dari Rokuro Harima (Penanggung Jawab Pengembangan Minuman Otsuka Group) setelah melihat dokter meminum cairan infus sehabis melakukan operasi. Namun, ide ini dianggap belum bisa diajukan kepada Akihiko Otsuka (Kepala Pabrik Tokushima dan cucu dari pendiri Otsuka Group) dan ditunda sampai waktu yang tepat. Pada tahun 1976 Akihiko Otsuka menjabat sebagai Presiden Direktur. Saat ini lah, pengembangan minuman kesehatan yang diajukan Rokuro Harima mulai dikembangkan dengan bantuan Akihira Takaichi (Peneliti) karena pada saat itu tren olahraga jogging sedang melanda Jepang. Rokuro Harima melakukan banyak penelitian untuk mendapatkan formula yang tepat untuk minuman kesehatan baru ini. Setelah rapat direksi selesai pada tahun 1979, minuman kesehatan tersebut pun mulai diproduksi dengan nama: Pocari Sweat. Nama Pocari memberikan kesan menyegarkan dan Sweat yang berarti keringat dalam bahasa Inggris. Sebagai minuman kesehatan, kadar gula harus dibawah 10%, dan Takaichi membuat 2 jenis minuman untuk uji coba akhir dengan kadar gula 6,2% dan 7%. Saat uji coba bersama peneliti lainnya di lab, mereka

merasa minuman dengan kadar gula 7% lebih enak. Namun dalam percobaan kedua yang sebelumnya melakukan aktivitas mendaki bukit, minuman dengan kadar gula 6,2% terasa jauh lebih enak. Untuk itu bisa disimpulkan, minuman kesehatan ini jauh lebih enak diminum setelah melakukan aktivitas dan berkeringat. Saat ini sudah ada lebih dari 1000 jenis minuman uji coba yang diajukan Akihira Takaichi kepada Akihiko Otsuka dan Rokuro Harima, namun formulanya masih belum tepat. Sampai akhirnya, secara kebetulan ada peneliti lainnya yang mengajukan minuman serbuk instan rasa jeruk yang ternyata belum sempurna juga. Akihiko pun mencoba mencampur kedua minuman tersebut dan ternyata menemukan solusi untuk formula minuman kesehatan yang sedang ia kembangkan. Ternyata, jeruk dapat membantu menghilangkan rasa pahit pada minuman kesehatannya itu. Maka, Takaichi melakukan pencarian jeruk yang tepat untuk dicampur ke dalam minuman kesehatan, yang sampai saat ini menjadi rahasia perusahaan

Penjualan Pocari Sweat pun akhirnya dimulai pada tahun 1980. Awal penjualan sangatlah buruk, karena masyarakat tidak menyukai rasanya yang aneh. Akihiko pun memutuskan untuk membagikan Pocari Sweat secara gratis kepada masyarakat di seluruh Jepang sepanjang tahun. Selain membagikan gratis, masyarakat pun diedukasi tentang keunggulan Pocari Sweat. Jumlah yang dibagikan saat itu sebanyak 30 juta kaleng atau sama dengan Rp. 400 Miliar. Di tahun kedua yaitu tahun 1981, penjualan Pocari Sweat ternyata

masih buruk. Namun ketika memasuki musim panas, penjualan mulai membaik dan permintaan Pocari Sweat pun mulai meningkat. Penjualan tahun 1980 adalah sebesar Rp. 900 Miliar, dan tahun 1981 sebesar Rp. 2,6 Triliun. Semenjak itu penjualan Pocari Sweat pun mulai meranjak naik dan saat ini dijual di 16 negara termasuk Indonesia.

B. Logo



Gambar 2.1
Logo Pocari Sweat
(sumber : wikimedia.org)

C. Visi

Visi perusahaan adalah menjadi perusahaan yang brilian, dengan memberi kontribusi yang signifikan dan terpercaya bagi konsumen serta masyarakat.

D. Misi

1. Mengembangkan dan mempertahankan karyawan yang berkualitas tinggi untuk menghasilkan produk-produk berkualitas tinggi.
2. Menjadikan kebutuhan kesejahteraan konsumen dan masyarakat sebagai prioritas utama.
3. Menangkap peluang di semua aspek secara tepat dan inovatif untuk kesejahteraan dan kepuasan konsumen serta perkembangan perusahaan.
4. Mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan rekan bisnis.
5. Menjadi perusahaan terpercaya

E. Produk

Pocari Sweat merupakan salah satu minuman ringan dan minuman olahraga yang merupakan minuman berion. Pocari Sweat mempunyai rasa ringan, relatif ringan, minuman manis berkarbonasi dan diiklankan sebagai "minuman pengganti ion dalam tubuh". Memiliki rasa jeruk ringan dengan sedikit sensasi. Bahan komposisinya adalah air, gula, asam sitrat, natrium sitrat, natrium klorida, kalium klorida, kalsium laktat, magnesium karbonat dan rasa. Serta dijual dalam bentuk cairan, dapat dalam bentuk aluminium dan botol plastik namun ada juga yang dalam bentuk serbuk

F. Packaging

Pocari Sweat pertama kali hadir di Indonesia dalam bentuk kaleng 330ml, pada tahun 1989.



Gambar 2.2
Packaging Pocari Sweat 330 ml
(sumber :pocarisweat.co.id)

Di tahun 2001 varian kemasan Pocari Sweat pun bertambah. Kali ini Pocari Sweat mengeluarkan varian baru, yaitu kemasan sachet 15 g.



Gambar 2.3
Packaging Pocari Sweat sachet 15 g
(sumber :pocarisweat.co.id)

Lalu di tahun 2006, Pocari Sweat kembali mengeluarkan kemasan baru, yaitu Pocari Sweat PET Bottle 500ml yang diimpor dari OSGB.



Gambar 2.4
Packaging Pocari Sweat 500 ml
(sumber :pocarisweat.co.id)

Pocari Sweat kembali mengeluarkan kemasan baru, yaitu Pocari Sweat Bottle 350ml, Untuk mempermudah konsumen dalam mengkonsumsi Pocari Sweat sehari-hari,



Gambar 2.5
Packaging Pocari Sweat 350 ml
(sumber :pocarisweat.co.id)

Pada tahun 2008 Pocari Sweat mengeluarkan kemasan terbarunya, yaitu Pocari Sweat PET Bottle 2L.



Gambar 2.6
Packaging Pocari Sweat 2 L
(sumber :pocarisweat.co.id)

Pada tahun 2011 Pocari Sweat kembali mengeluarkan kemasan terbarunya, yaitu Pocari Sweat PET Bottle 900ml (OCI-PET) yang diproduksi di Pabrik Pocari Sweat Kejayan.



Gambar 2.7
Packaging Pocari Sweat 900 ml
(sumber :pocarisweat.co.id)

G. Pemasaran

Dari sisi distribusi, hampir semua pemain di pasar minuman isotonik menggunakan *channel distribution* modern dan tradisional. Dalam hal ini, terlihat kesamaan cara pandang untuk membentuk persepsi konsumen bahwa minuman isotonik sebagai minuman konsumsi sehari-hari dan bukan minuman yang bersifat *occasional*. Di tengah persaingan yang kompetitif inilah, Pocari Sweat yang telah membangun jalur distribusi sejak tahun 1990-an harus menghadapi para pesaing yang memanfaatkan jalur distribusi mereka dari produk lain (diluar minuman isotonik) yang telah ada (mis: Aqua-Danone dengan Mizone, Mayora dengan Vitazone, dll).

Pocari Sweat menetapkan strategi komunikasi pemasaran yang bersifat edukatif, mengandalkan *transfer product knowledge* pada konsumen. Hal inilah yang masih memegang kunci dalam komunikasi pemasaran dari Pocari Sweat, yang juga memiliki keunggulan dibanding para pesaing karena kegiatan ini telah lebih dulu dilakukan Pocari Sweat dengan posisinya sebagai pelopor. Sementara itu, media iklan-lah yang menjadi semacam medan pertempuran dari pemain minuman isotonik di Indonesia. Hal ini terkait dengan strategi untuk meningkatkan *brand awareness* dari konsumen terhadap merek lain selain Pocari Sweat. Pocari Sweat lebih banyak memosisikan diri sebagai minuman olahraga dan minuman kesehatan untuk keluarga. Ada banyak cara untuk mendongkrak popularitas dan penjualan

produk di suatu perusahaan. Salah satunya yang dilakukan Pocari Sweat melalui ajang futsal championship yang diadakan setiap tahunnya dari tahun 2010. Acara olahraga ini merupakan bentuk perwujudan komitmen Pocari Sweat dalam memberikan edukasi kepada masyarakat akan pentingnya menjaga keseimbangan cairan tubuh untuk hidup sehat. Pertandingan ini akan memperebutkan piala bergilir Menpora dan uang tunai total Rp 200.000.000 dari Pocari Sweat. Selain itu Pocari Sweat juga mengadakan lomba dance dan free style di setiap event Pocari Sweat Futsal Championship 2013.

H. Deskripsi Event Organizer

Dalam pengertian sederhana yang disebut sebagai *Event Organizer* adalah pengelola suatu kegiatan (Pengorganisir Acara). Setiap kegiatan yang di selenggarakan bertujuan untuk memperoleh keuntungan di kedua belah pihak, baik penyelenggara maupun yang hadir pada saat kegiatan berlangsung. *Event Organizer* (EO) juga merupakan suatu lembaga baik formal maupun nonformal yang di percaya untuk melakukan kegiatan. Misal, peluncuran suatu produk baru, pesta, seminar, pagelaran musik, dan *event* yang di sesuaikan dengan permintaan pengguna jasa atau inisiatif *Event Organizer* sendiri. Dalam mengelola suatu kegiatan tentunya diperlukan strategi yang tepat dilakukan, apabila *Event Organizer* (EO) mengetahui dengan pasti apa tujuan diselenggarakannya *event*. Penetapan strategi dimulai dari perencanaan, sehingga penyelenggaraan *event* dapat berjalan sesuai

harapan. Perencanaan sebuah *event* sangat perlu dilakukan sebagai langkah awal sebuah *Event Organizer*(EO) merancang *event* dengan ide yang kreatif. Pada penelitian ini *Event Organizer* pendukung dari event Pocari Sweat Futsal Championship 2013 adalah YGO Event Management .

