

## BAB II

### DIKRIPSI PERUSAHAAN dan DAERAH PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum

PT. Frisian Flag Indonesia terletak di Jalan Raya Bogor Km 5 Pasar Rebo Jakarta, Perusahaan ini terletak di tengah-tengah kota Jakarta Timur, merupakan sebuah perusahaan sekaligus pabrik yang memproduksi susu. PT. Frisian Flag Indonesia merupakan sebuah anak perusahaan yang memiliki pusat di Belanda di bawah pengawasan perusahaan bernama "*Royal Friesland Foods*" dan berkantor di Meppel, Belanda.

Pada tahun 1922, PT. Frisian Flag Indonesia pertama kali mengimpor produk susudengan merek Friesche Vlag. Produk tersebut diimpor dari *CooperatIve Condensfabriek Friesland* yang telah menjadi keluarga besar *FrieslandCampina*. *FrieslandCampina* adalah Koperasi Susu terbesar di dunia yang berpusat di Belanda dan memiliki 16000 anggota peternak yang tersebar di tiga Negara, yaitu Belanda, Jerman dan Belgia. Selain itu juga, memiliki karyawan sekitar 22000 orang yang bekerja di 100 perusahaan di seluruh dunia.

Pada tahun 1955, didirikanlah PT Tesori Mulia sebagai Perusahaan Sales dan Distribusi Susu. PT. Frisian Flag Indonesia merupakan ahli nutrisi susu bertaraf internasional dengan memproduksi dan memasarkan berbagai jenis produk yaitu susu bubuk, susu cair siap minum dan susu kental manis.

Sejak Bulan Desember 2008, Campina dan *Friesland Foods* memutuskan untuk bekerja sama dan membentuk sebuah *merger* perusahaan menjadi *FrieslandCampina*. *FrieslandCampina* saat ini berkantor pusat di Amersfoort, Netherland. PT. Frisian Flag Indonesia memproduksi dan memasarkan berbagai jenis produk yaitu susu bubuk, susu cair siap minum, dan susu kental manis. Masyarakatpun mengenal Produk PT. Frisian Flag Indonesia dengan nama Susu Bendera. Kemudian, pada tahun 1956 PT Borsumij Wehry Indonesia (BWI) yang merupakan anak perusahaan *Mantrust Group* ditunjuk sebagai distributor tunggal oleh susu bendera.

### **Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan**

#### **a. Visi**

- 1) Menjadi perusahaan terkemuka di bidang nutrisi susu dengan menghasilkan produk dan jenis produk susu yang terjangkau oleh semua lapisan masyarakat di Indonesia
- 2) Menjadi perusahaan yang memperhatikan kesejahteraan karyawan dan memberikan gaji yang bersaing serta kesempatan untuk mengembangkan diri bagi karyawan yang berbakat

#### **b. Misi**

- 1) Menjadi nomor satu dalam pasar susu secara keseluruhan
- 2) Menstimulasi konsumsi produk susu secara aktif dan mencapai pertumbuhan yang lebih cepat dibidang-bidang penting pada pasar

produk susu dibandingkan dengan para kompetitor dibidang tersebut

- 3) Memperkuat posisi “Merek yang lebih disukai” dipikiran para pelanggan susu diseluruh SES (Segmen Ekonomi Sosial)
- 4) Memiliki karyawan yang berkompetensi dan berdedikasi disemua tingkat serta memiliki succession planning untuk memastikan agar perusahaan dapat berkembang. (Leaflet PT. Frisian Flag Indonesia, 2009).

### **c. Tujuan**

PT Frisian Flag memiliki komitmen untuk memproduksi susu dengan kualitas yang baik dan bernutrisi tinggi serta memberikan pelayanan bagi konsumen dan mitra usaha. Pabrik Susu Bendera pertama didirikan di Pasar Rebo dengan nama PT Friesche Vlag Indonesia pada tahun 1971 dan dapat menjual produknya sendiri dalam area lokal. Produk yang di produksi pada pabrik Pasar Rebo, yaitu Susu bubuk. Kemudian di tahun 1973, Frisian Flag membangun sebuah pabrik dengan teknologi canggih yang khusus untuk memproduksi dan mengolah susu cair dan susu kental manis. PT Frisian Flag Indonesia juga melindungi 1700 karyawan yang bekerja di seluruh penjuru Indonesia.

Untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat, di tahun 1976 PT Friesche Vlag Indonesia mengambil alih PT Foremost Indonesia yang berlokasi di Jln. Raya Bogor Km 26 Ciracas, Jakarta Timur sebagai pabrik yang memproduksi susu bendera. Perusahaan ini memproduksi susu dengan menggunakan teknologi canggih dan *Good*

*Manufacturing Practices (GMP). Good Manufacturing Practices (GMP)* ini merupakan praktek sterilisasi terbaik dari awal hingga akhir proses produksi agar terhindar kontaminasi.

**B. Jumlah Tenaga Kerja di setiap Departemen di PT. Frisian FlagIndonesia**

Struktur Organisasi *General Management Directorate* berjumlah sembilan (9) orang yang terdiri dari :

- a. Direktur PT. Frisian Flag Indonesia, memiliki staf diantaranya
  - 1) Seorang *Executive Secretary*.
  - 2) Seorang Manager di Departemen *Operation*.
  - 3) Seorang Manager di Departemen *Corporate QA*.
  - 4) Seorang Manager di Departemen *Marketing*.
  - 5) Seorang Manager di Departemen *Trade Marketing*.
  - 6) Seorang Manager di Departemen *Finance & Administration*.
  - 7) Seorang Manager di Departemen *HR&CA*.
  - 8) Seorang Manager di Departemen *Corporate Communication*.

Kemudian jumlah tenaga kerja pada masing-masing Divisi atau Departemen yang ada dalam Struktur Organisasi di PT. Frisian Flag Indonesia, sebagai berikut:

- a. Departemen *Operation* PT. Frisian Flag Indonesia berjumlah 47 orang
- b. Departemen *Marketing* PT. Frisian Flag Indonesia berjumlah 31 orang
- c. Departemen *Trade Marketing* PT. Frisian Flag Indonesia berjumlah 61 orang
- d. Departemen *Finance & Administration* PT. Frisian Flag Indonesia berjumlah 12 orang.
- e. Departemen *HR&CA* PT. Frisian Flag Indonesia berjumlah 40 orang

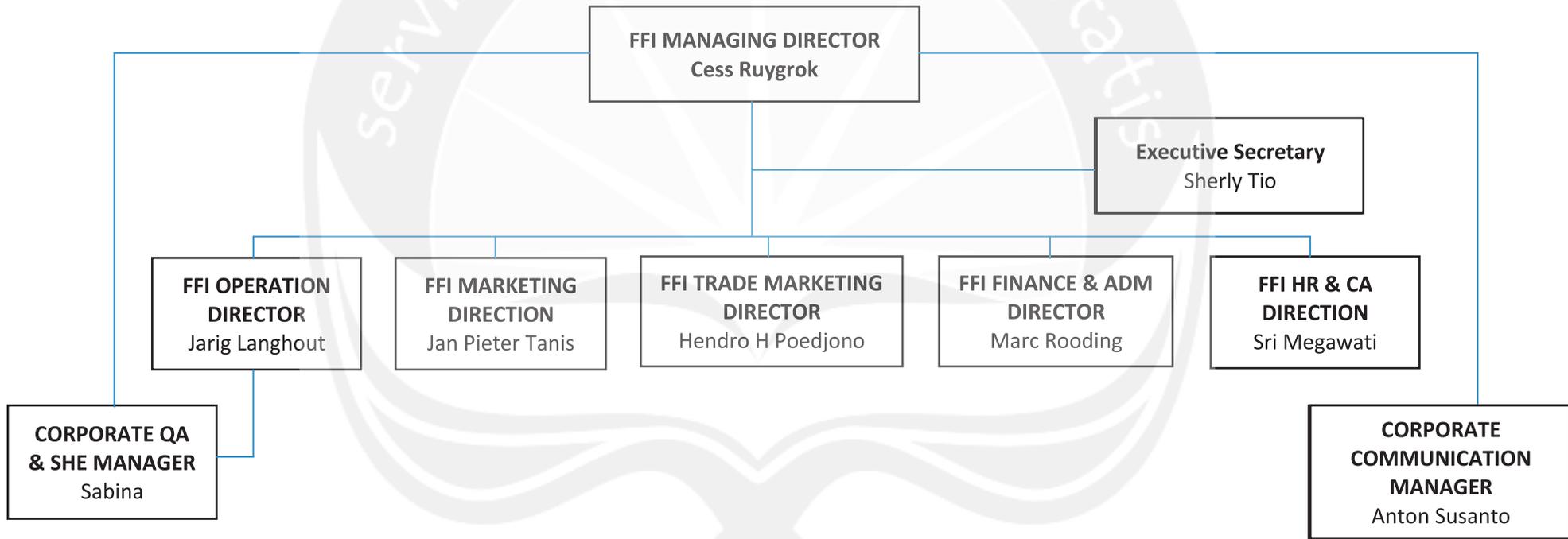
f. Departemen *Corporate Communication* PT. Frisian Flag Indonesia berjumlah 4orang dan termasuk 1 orang Manager.

Tingkat Pendidikan dari tenaga kerja yang ada di Departemen *Corporate Communication* yaitu :

- 1) Anton Susanto sebagai Manager di Departemen *Corporate Communication* Strata Satu (S1)
- 2) Nancy Y. sebagai Administrasi *Public Relation* Strata Satu (S1)
- 3) Viyanthi S. sebagai Staff *Public Relation* Strata Satu (S1)
- 4) Dyah Indrapati sebagai Staff *On line & Internal Communication* Strata Satu (S1).

### C. Struktur Organisasi PT. *Frisian Flag* Indonesia

#### GENERAL MANAJEMENT DIRECTORATE ORGANIZATION STRUCTURE

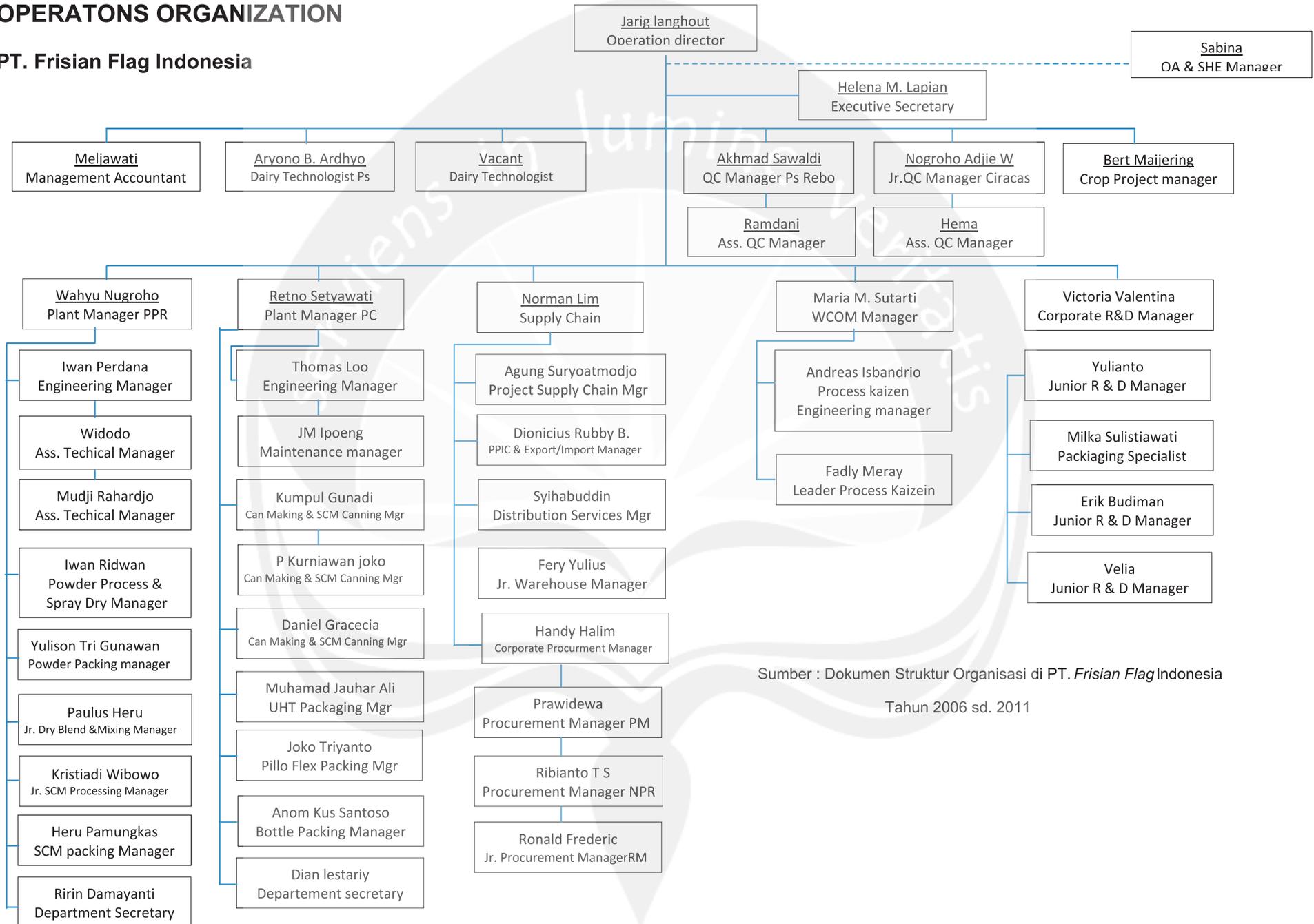


Sumber : Dokumen Struktur Organisasi di PT. *Frisian Flag* Indonesia

Tahun 2006 sd. 2011

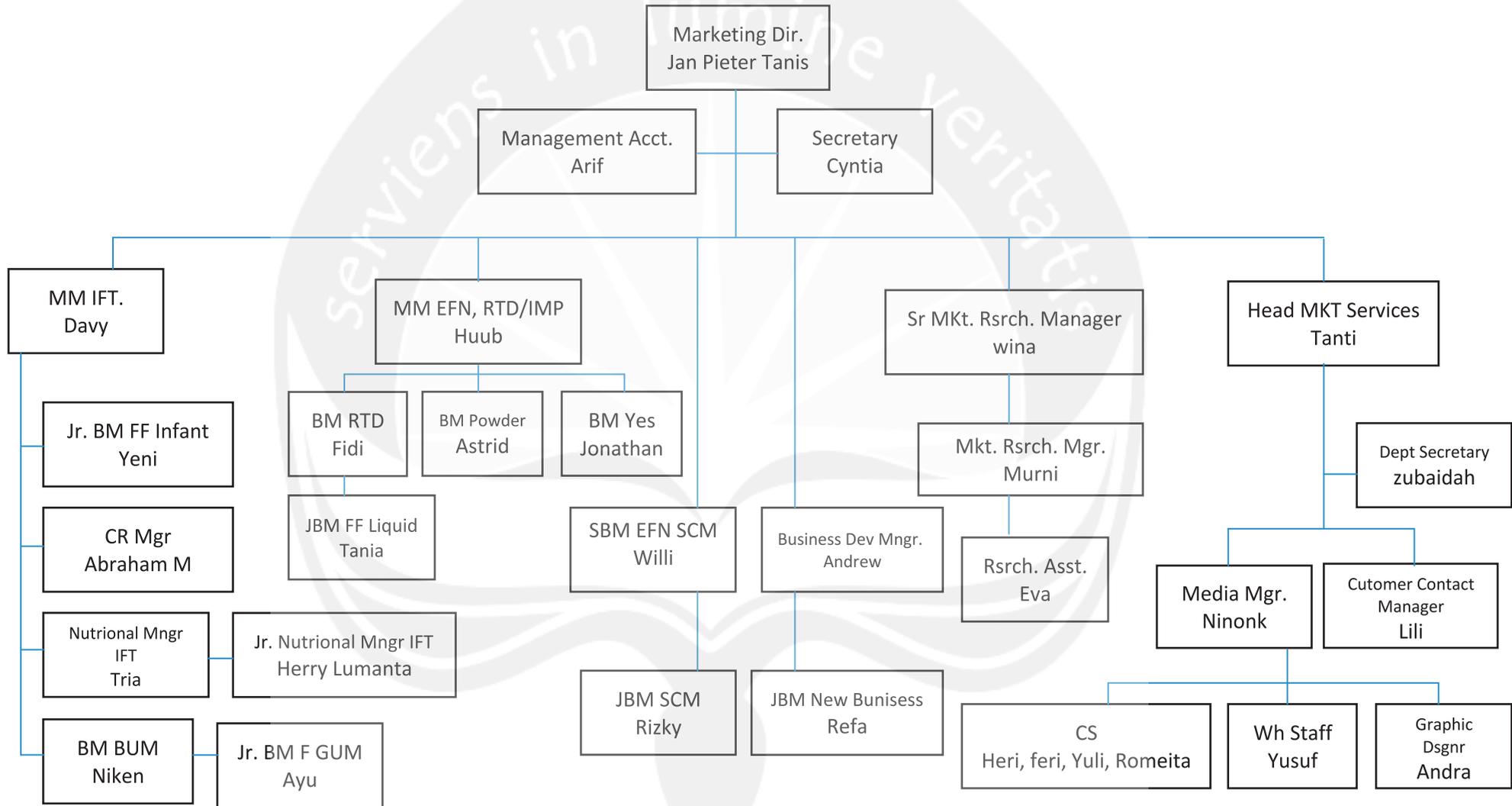
# OPERATIONS ORGANIZATION

## PT. Frisian Flag Indonesia



Sumber : Dokumen Struktur Organisasi di PT. *Frisian Flag* Indonesia  
Tahun 2006 sd. 2011

## Organization Chart of Marketing Directorate

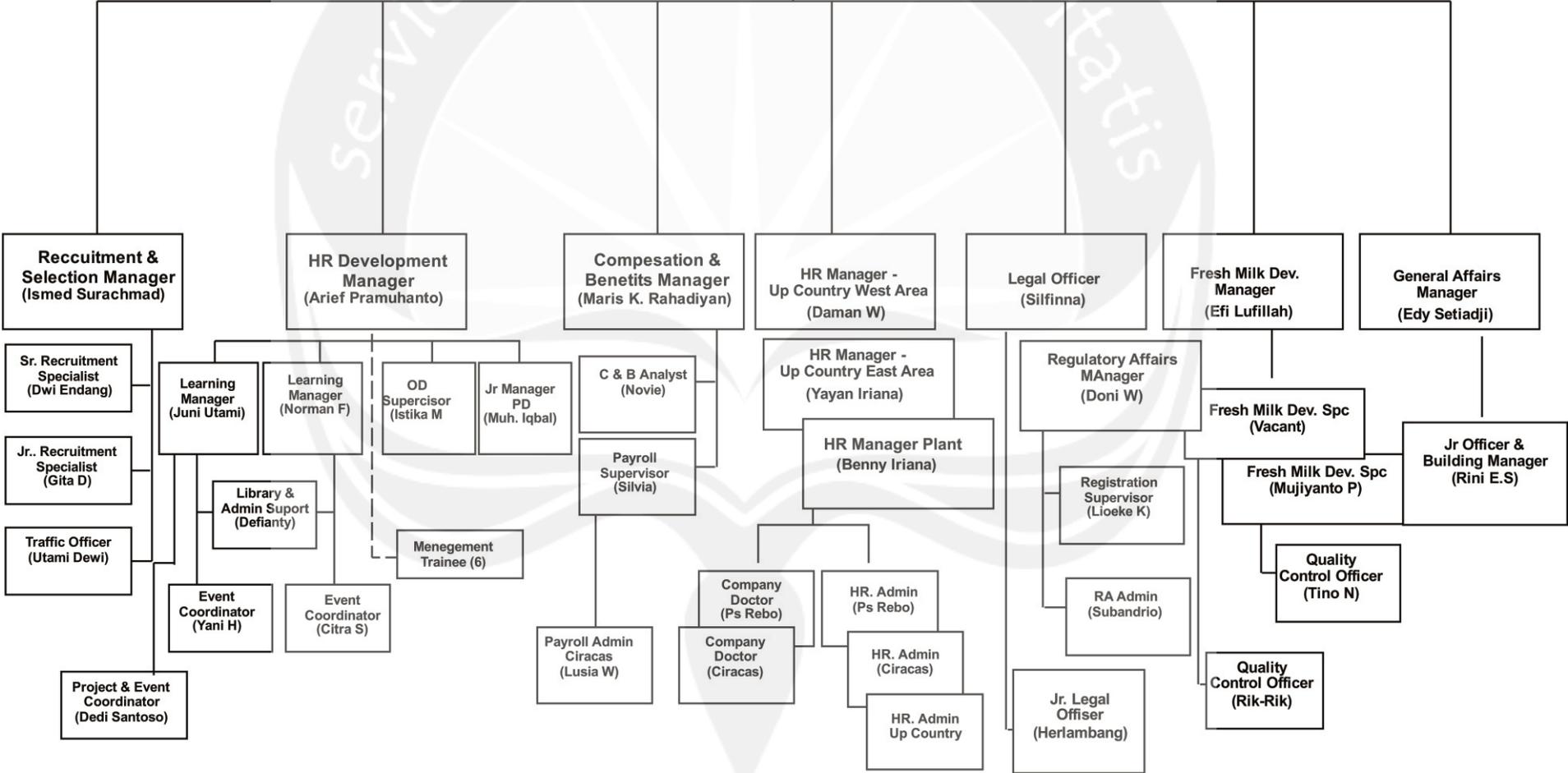


**HR & CA DIRECTORATE**

**HR CA DIRECTOR**  
(Sri Megawati)

**HR System Support Manager**  
( Dody Prasetya )

**Executif Secretary**  
(Sri Dharmayanti)



# FINANCE & ADMINISTRATION DIRECTORATE

**FINANCE & ADMINISTRATION DIRECTOR**  
**Mr. Marc H Rooding**

**Executive Secretary**  
**( Maria Irmina Wula )**

**FINANCE & Acct Manager**  
**( Haryanti Chang )**

**Corporate Management Accountant**  
**( I Gusti Bagus W )**

**ITC Manager**  
**( Cornelis )**

**Internal Audit Manager**  
**( Henry Maison S )**

**Accounting Manager**  
**( Andi Yoshendy )**

**Finance Manager**  
**( Henny P )**

**A FAM So1**  
**( Moh. Irsan )**

**A FAM So2**  
**( W Trilestariningtiyas )**

**A FAM So3**  
**( Natalia Kristiani )**

**A FAM So4**  
**( Lesmana Su Hendi )**

**A FAM So5**  
**( Rahmawati )**

Sumber : Dokumen Struktur Organisasi di PT. Frisian Flag Indonesia  
Tahun 2006 sd. 2011

#### **D. Tugas Pokok dan Fungsi Unit Kerja/Departemen *Corporate Communication***

Unit Kerja *Corporate Communication* adalah sebuah unit kerja yang berfungsi mengelola persepsi dan memastikan efektif dan tepat waktu penyebaran informasi, citra perusahaan dan hubungan positif dengan semua pemangku kepentingan (konsumen, masyarakat, *stakeholders*) mengawasi fungsi komunikasi yang meliputi internal dan eksternal, menjaga reputasi perusahaan dan merek, strategi perusahaan pengembangan, tanggung jawab sosial perusahaan, meningkatkan investor, dan mengelola krisis management.

##### **1. Tugas pokok *Corporate Communication* adalah :**

- a. Membangun dan menjaga hubungan yang positif dengan media (media cetak maupun media elektronik).
- b. Mempromosikan sikap positif melalui komunikasi internal yang efektif (Intranet, Flagazine).
- c. Menjalin relasi yang baik dengan masyarakat (Kelurahan Gedong, Kelurahan Ciracas, Pengalengan).
- d. Mendukung Managing Director dalam menangani krisis komunikasi.

##### **Visi**

1. Menjadi bagian dari perusahaan yang membangun dan menjalin relasi yang positif dengan media.
2. Menjadi bagian dari perusahaan yang ingin selalu menjalin komunikasi internal dan eksternal.

## Misi

1. Menjadi pendukung untuk menangani krisis komunikasi.
2. Memperkuat sektor swasta dan masyarakat dalam program pembangunan masyarakat.

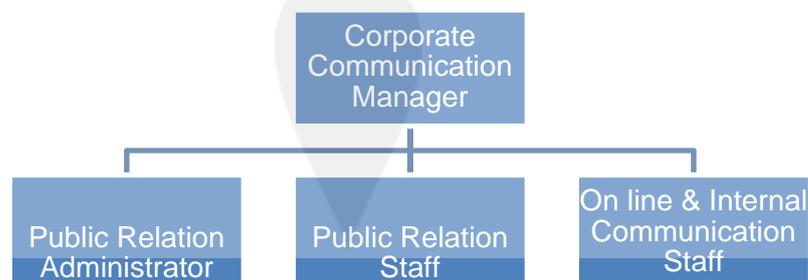
## Tujuan

Tujuan dari *Corporate Communication* adalah membangun dan menjaga *Image* PT. Frisian Flag Indonesia untuk menjadi perusahaan susu yang unggul serta selalu menghasilkan dan menyediakan produk yang dapat memenuhi hidup sehat, nyaman, dan penuh nutrisi bagi semua masyarakat. Cara yang dilakukan yaitu, meningkatkan kesadaran sebagai perusahaan yang berkualitas tinggi dalam hal nutrisi, mengkomunikasikan kepada industri bisnis bahwa perusahaan ini adalah perusahaan yang menghasilkan produk berkualitas dan bernutrisi serta membentuk dan memelihara budaya Keluarga Bendera (internal perusahaan).

## Struktur Organisasi dan Personalia Unit Kerja

Struktur Organisasi unit kerja CC dapat digambarkan sebagai berikut :

### CORPORATE COMMUNICATION Tahun 2011



**Gambar 1** Struktur Organisasi *Corp.Comm Departement*

Sumber : Unit Kerja *Corporate Communication* PT Frisian Flag Indonesia

Struktur organisasi unit kerja ini berbentuk garis dan staff, dapat diuraikan bahwa unit kerja *Corporate Communication* dipimpin oleh seorang *Manager* dan dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh *Public Relation Staff*, *Public Relation Administrator Staff* dan *Online and Internal Communication Staff*. Uraian tugas masing-masing staff pada unit kerja bagian ini yaitu :

STAFF PUBLIC RELATION	STAFF ONLINE & KOMUNIKASI INTERNAL	STAFF PUBLIC RELATION ADMINISTRASI
1) A/V produksi a) Semua fotografi dan video b) Profil perusahaan dan info c) A/V pengumuman staff d) Mengelola database A/V  2) Komunitas a) Bahan untuk program pendidikan dalam produksi bahan A/V pengembangan susu Ps. Rebo  3) <i>Website, intranet</i> a) Bahan produksi A/V b) Cerita gambar  4) Admin a) Kalender krj	1) Konten untuk publikasi a) Majalah Frisian Flag (Flagazine) b) <i>Website</i> c) Intranet d) <i>Spark</i> e) Media Sosial f) Pengumuman internal g) Mengelola tim editorial eksternal  2) Pemantauan a) Publikasi internal dan eksternal b) Survei  3) Admin a) Kalender Kerja	1) Administrasi a) Melakukan semua tugas administrasi untuk tim b) Penjaga kalender kerja c) Berhubungan dengan Finance and Administration  2) Acara a) Dukungan taktis  3) Komunitas a) Proses dan memonitor semua sumbangan bagi masyarakat  4) Pemantauan a) Laporan harian b) Laporan proyek c) Laporan agen

**Gambar 2** Uraian Tugas *Corp.Comm Departement*

Sumber : Unit Kerja *Corporate Communication* PT **Frisian Flag** Indonesia

Berikut adalah diskripsi mengenai tugas atau *jobdisk* untuk masing-masing staf di unit *Corporate Communication* (CC) mengenai kegiatan atau program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh *Corporate Communication* (CC) sebagai berikut:

## Manager

Tugas atau *jobdisk* yang dilakukan oleh seorang Manager adalah:

- a. Melaksanakan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) baik yang berada di lingkungan sekitar perusahaan maupun di masyarakat lokal (di Kelurahan Gedong dan Kelurahan Pasar Rebo) maupun yang bekerja sama dengan perusahaan (sebagai sebuah komunitas) yaitu dengan *Matahari Food Business* dan *SAT/Alfamart* dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- b. Melakukan pamantauan secara langsung yang berada di lapangan maupun yang tidak langsung dengan bertanggung jawab terhadap media yang meliput kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## Staff Public Relation

Tugas atau *jobdisk* yang dilakukan oleh seorang Staff *Public Relation* yaitu sebagai berikut :

- a. Menjadi asisten Manager yang bertugas membuat jadwal pertemuan dengan peternak susu yang ada di Lembang, Jawa Barat mengenai pelatihan-pelatihan yang dilakukan dan segala bentuk bantuan dari PT. Frisian Flag Indonesia untuk para peternak susu yang ada di Lembang, Jawa Barat.
- b. Membuat sebuah proyek atau ide-ide mengenai susu PT. Frisian Flag Indonesia kepada masyarakat, mempromosikan dengan

membuat sebuah iklan baik dalam bentuk visual maupun non visual (contohnya seperti: cerita gambar, fotografi dan video).

#### *Staff Online and Internal Communication*

Tugas atau *jobdisk* yang dilakukan oleh seorang *Staff Online and Internal Communication* adalah:

- a. Membuat suatu informasi ataupun berita mengenai kegiatan yang dilakukan oleh Perusahaan terhadap perkembangan yang terjadi di masyarakat luar (seperti halnya : kegiatan mengenai *Corporate Social Responsibility CSR*), baik yang masyarakat di sekitar Perusahaan maupun di seluruh Indonesia. Kemudian informasi atau berita tersebut di *upload* ke dalam *website* atau intranet dan jejaring sosial yang mereka (PT. Frisian Flag Indonesia) miliki, selain di internet juga melakukan konten publikasi di Majalah Frisian Flag (*Flagazine*) yang hanya dimiliki oleh bagian intern Perusahaan (tidak diperjual belikan secara bebas).
- b. Melakukan pemantauan terhadap orang-orang yang bekerja yang melakukan publikasi secara internal dan eksternal di lapangan sekaligus yang melakukan survey.

#### *Staff Administrator*

Tugas atau *jobdisk* yang dilakukan oleh seorang *Staff Administrator* adalah:

- a. Melakukan dan bertanggung jawab dalam semua tugas administrasi untuk tim yang bekerja di *Corporate Communication*. Sekaligus melakukan pemantauan mengenai laporan harian dan proyek yang dilakukan oleh Perusahaan.
- b. Melakukan monitoring dan proses dari semua sumbangan (mulai dari bentuk barang maupun *financial*) yang diberikan Frisian

Flag kepada masyarakat baik sekitar maupun di seluruh Indonesia.

## 2. Hubungan Kerja dengan Bagian Lain

Dalam melakukan tugasnya unit kerja *Corporate Communication* telah bekerja sama dengan semua departemen di PT. Frisian Flag Indonesia, namun dalam dua (2) tahun terakhir ini *Corporate Communication* lebih sering menjalin kerjasama dengan bagian lain yaitu:

### a. *Trade Marketing*

*Trade Marketing* dan *Corporate Communication* bekerjasama dalam hal penjualan produk Frisian Flag Indonesia diberbagai kota di Indonesia. Penjualan yang dilakukan juga menggunakan media komunikasi untuk mempermudah proses penjualan produk Frisian Flag Indonesia dengan logo yang baru. Bukti bentuk kerjasama *Trade Marketing* dengan *Corporate Communication* adalah program Berbagi untuk maju dan Gerakan Nasional Orang Tua Asuh (GNOTA).

### b. *Consumer Marketing*

*Consumer Marketing* mempunyai kerjasama untuk komunikasi secara eksternal dengan *Corporate Communication* dalam hal promosi dan (iklan). Bukti kerjasama antara *Consumer Marketing* dengan *Corporate Communication* dalam acara *launching* dan berhubungan dengan media untuk publikasi. Hal ini dilakukan untuk menjalin relasi dengan masyarakat dan media dalam

memasarkan produk susu ke semua konsumen, serta semua konsumen mengetahui perubahan logo baru dari PT. Frisian Flag Indonesia.

c. *Finance*

*Finance* menjalin kerjasama dengan *Corporate Communication* dalam proses pembayaran kepada rekan kerja (konsultan, agency, fotografer, dan donasi-donasi).

d. *Operations*

*Operations* (QA, QC, Purchase, Logistik) berhubungan dengan *Corporate Communication* dalam hal komunikasi dengan media. Bukti kerjasama *Operations* dan *Corporate Communication* adalah *Launching Waste Water Treatment*. *Waste Water Treatment* adalah proses pengolahan air limbah dengan menggunakan bakteri secara aerobik sehingga ramah lingkungan.

e. *Purchasing*

*Purchasing* adalah departemen yang berhak membeli segala kebutuhan kantor mulai dari raw material, laboratorium, alat tulis kantor, marketing promo, teknik, dan, *packaging*. Pihak *purchasing* yang berhak menentukan supplier tersebut bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan tiap bagian lain.

f. *Legal Officer*

*Legal Officer* dan *Corporate Communication* mempunyai fungsi sebagai komunikasi internal dan eksternal dalam mengatasi setiap *crisis management* yang ada. *Corporate Communication*

menangani hal yang berhubungan dengan media untuk membantu mempublikasikan hak cipta dan identitas dari BPOM tentang produk yang diproduksi oleh PT. Frisian Flag Indonesia, agar produk tidak disalahgunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab dalam industri bisnis.

**E. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang Dilakukan Oleh Departemen *Corporate Communication***

Di unit *Corporate Communication* inilah kegiatan *Corporate Social Responsibility* berjalan dan terlaksana sesuai dengan visi, misi dan tujuan baik dari Unit *Corporate Communication* maupun dari pihak PT. Frisian Flag Indonesia sendiri. Namun dalam hal ini peneliti akan menjelaskan mengenai kegiatan yang dilakukan oleh Unit *Corporate Communication* yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility*, adapun kegiatan-kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1) Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang berhubungan langsung dengan masyarakat di sekitar yang terkena dampak langsung dari pabrik, yaitu :
  - a. Bantuan distribusi susu, untuk PAUD, Posyandu, Gizi Buruk dan Penyakit TBC di Kelurahan Gedong.
  - b. Memberikan bantuan alat edukasi untuk PAUD di Kelurahan Gedong.
  - c. Memberikan dana operasional bulanan untuk kegiatan atau aktifitas di PAUD dan Posyandu di Kelurahan Gedong.
  - d. PT. Frisian Flag Indonesia membangun KANOPI untuk kegiatan atau aktifitas PAUD di Kelurahan Gedong.
  - e. Bantuan pelatihan untuk Guru di Kelurahan Gedong
  - f. Bantuan pelatihan untuk para kader PAUD dan pelatihan jamur tiram khususnya untuk anak-anak muda di Kelurahan Gedong.

- 2) Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang berhubungan tidak langsung dengan masyarakat yang tidak terkena dampak langsung dari pabrik, yaitu :
- a. Memberikan bantuan dana pendidikan di daerah Semarang, Medan, Bandung, Surabaya, Makasar dan Jakarta.
  - b. Memberikan bantuan dana dan pelatihan untuk peternak sapi perah di Pengalengan, Jawa Barat.
  - c. Memberikan bantuan pelayanan kesehatan untuk pencegahan penularan HIV/AIDS dari ibu ke bayi di Bandung.

**F. Jumlah Kelompok Binaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Frisian Flag Indonesia**

Jumlah Kelompok Binaan pada bagian *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Frisian Flag Indonesia berjumlah 3 kelompok yang terdiri dari (Dokumen PT. Frisian Flag Indonesia 2009) :

1. Masyarakat di Kelurahan Gedong yang memiliki 12 RW
2. Masyarakat di Kelurahan Ciracas yang memiliki 7 RW
3. Peternak Sapi Perah di Pengalengan, Bandung, Jawa Barat.