

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Pada tahun 1958, Achmad Prawirawidjaja mendirikan sebuah pabrik susu kecil yang kemudian menjadi cikal bakal PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company. Di pertengahan tahun 1970-an, perusahaan ini mulai memperkenalkan teknologi pengolahan yang disebut UHT (*Ultra High Temperature*) serta pengemasan menggunakan kemasan karton aseptik (*Aseptic Packaging Material*). Sejak saat itu, PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company dikenal sebagai pelopor dalam industri pengolahan minuman dengan teknologi UHT. Fasilitas produksinya menggunakan teknologi otomatisasi untuk meminimalkan campur tangan manusia. Peralatan produksi dan pengemasan yang canggih digunakan untuk menjamin standar kualitas yang tinggi (Ultrajaya, 2022).

Kantor pusat dan fasilitas produksi Ultrajaya Milk terletak di Jalan Cimareme No. 131, Padalarang, Kabupaten Bandung. Lokasi ini sangat strategis karena terletak di daerah yang kaya hasil peternakan dan pertanian, sehingga memudahkan perusahaan dalam memperoleh pasokan bahan baku dan mendistribusikan produk-produknya. Bahan baku susu murni diperoleh dari peternak sapi yang tergabung dalam Koperasi Peternak Bandung Selatan (KPBS)-Pangalengan, Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU)-Lembang, dan koperasi unit desa lainnya. Sedangkan, bahan baku buah-buahan segar seperti jambu, mangga, nanas, dan lainnya, diperoleh dari petani buah yang tergabung dalam koperasi unit desa di Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, dan Jawa Timur.

Jaringan distribusi PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company telah mencakup pasar domestik dan internasional. Di Pulau Jawa, terdapat sekitar 70.000 titik penjualan dan 12 kantor perwakilan pemasaran. Di luar Pulau Jawa, terdapat sekitar 50 distributor yang mencakup gerai-gerai pengecer di seluruh negeri. Produk perusahaan juga diekspor ke beberapa negara seperti Australia, Kamboja, Nigeria, Arab Saudi, Korea Selatan, dan Amerika Serikat melalui 8 distributor. Meskipun demikian, perusahaan lebih fokus pada pengembangan bisnis di dalam negeri, sehingga penjualan ekspor tidak memberikan kontribusi yang signifikan.

4.1.2 Visi, Misi dan Strategi

PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk mempunyai visi menjadi perusahaan yang terkemuka dalam industri makanan dan minuman di Indonesia dengan fokus pada produksi dan distribusi produk-produk berkualitas tinggi. Perusahaan memiliki komitmen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menyediakan produk makanan minuman yang inovatif, sehat, dan bermutu.

Misi PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk adalah:

- 1) Memproduksi dan menyediakan produk makanan/minuman berkualitas tinggi.
- 2) Memenuhi kebutuhan konsumen dengan variasi produk yang luas
- 3) Memperluas jaringan distribusi untuk mencapai lebih banyak konsumen.
- 4) Menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Adapun strategi yang dilakukan perusahaan:

- 1) Menggunakan bahan baku terbaik dalam setiap proses produksi.
- 2) Memperluas variasi produk untuk memenuhi keinginan konsumen.
- 3) Mengadopsi teknologi terbaik untuk menghasilkan produk berkualitas.
- 4) Memperluas jaringan distribusi agar memenuhi kebutuhan semua konsumen.

Dalam mengelola merek dan promosi, PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company melakukan berbagai kegiatan. Salah satunya adalah program pendidikan dengan kunjungan ke sekolah dasar untuk memberikan pemahaman tentang manfaat kesehatan dan nutrisi dari produk-produk susu kepada para murid. Selain itu, perseroan juga menggunakan media iklan televisi dan platform media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan produknya, dengan tujuan agar pesan promosi dapat sampai kepada pasar yang lebih luas. Perseroan juga melakukan strategi pemasaran dalam toko dengan menyediakan paket-paket menarik, sehingga produk-produknya menjadi lebih terlihat dan mudah dijangkau oleh konsumen.

4.1.2 Gambaran Umum Produk

PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company memiliki produksi yang mencakup lebih dari sekadar susu. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini terdiri dari tiga segmen utama, yaitu produk susu, minuman teh dan kesehatan UHT, serta produk lain seperti jus dalam kemasan dan susu bubuk. Dalam menghasilkan berbagai produk susu, PT Ultrajaya bekerja sama dengan Unilever Indonesia dan

Sanghiang Perkasa. Dalam segmen produk susu, perusahaan ini mengkhususkan diri dalam memproduksi dan mengemas susu UHT dengan merek Ultra Milk.

PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company menawarkan berbagai jenis produk susu UHT untuk mencapai berbagai segmen pelanggan yang berbeda. Produk utama yang menjadi andalannya adalah susu UHT dengan merek Ultra Milk, yang hadir dengan variasi rasa coklat, stroberi, moka, dan plain (tanpa rasa). Selain itu, produk ini juga dihadirkan dalam kemasan karton dengan ukuran 125ml, 250ml, 500ml dan 1000ml. PT. Ultrajaya juga memproduksi beberapa jenis susu UHT dengan berbagai variasi rasa dan kandungan gizi yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Salah satu produknya adalah susu UHT *Low Fat High Calcium* dengan rasa coklat dan plain, yang ditujukan untuk konsumen yang peduli akan kesehatan. Selain itu, perseroan juga menghadirkan produk bernama Ultra Mimi dengan sasaran pasar anak-anak yang sedang dalam masa pertumbuhan. Produk ini hadir dengan variasi rasa coklat, vanilla, stroberi, dan plain.

Ultra Milk merupakan jenis susu segar yang diperoleh dari hasil pemerahan sapi dan kemudian mengalami proses sterilisasi dengan teknologi UHT yaitu susu dipanaskan hingga suhu 140 derajat celcius selama 3-4 detik untuk membunuh mikroorganisme yang ada. Meskipun proses UHT tersebut menjaga sterilisasi komersial, namun nilai nutrisi, kesegaran, dan aroma dari produk tetap terjaga.

Konsumsi susu Ultra Milk berkontribusi pada perkembangan otak, selain itu, pada Ultra Milk *Low Fat High Calcium* memiliki kandungan kalori yang rendah, sehingga tidak menyebabkan kegemukan. Produk ini menggunakan kemasan tetra pak yang didesain dengan kualitas tinggi dan ramah lingkungan, sehingga dapat didaur ulang. Perseroan telah mengambil langkah untuk memastikan keberlanjutan kemasan ini dengan mengawasi seluruh proses produksi tetra pak melalui *Forest Stewardship Council* (FSC). Dengan demikian, konsumen yang membeli ikut berpartisipasi dalam pelestarian hutan secara tidak langsung melalui pilihan kemasan yang ramah lingkungan dan dapat diperbaharui (Ultrajaya, 2022).