

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Berdirinya P&G

P&G didirikan di Amerika Serikat pada tahun 1837 oleh dua orang pria yang bertemu secara kebetulan. William Procter (warga Inggris) dan James Gamble (warga Irlandia) keduanya sedang melakukan perjalanan terpisah menuju Amerika Serikat yang dimana perjalanannya berakhir di Cincinnati dan disitulah cerita P&G dimulai. Mereka tidak akan bertemu jika mereka tidak menikahi dua wanita bersaudara – Olivia dan Elizabeth Norris-sampai pada akhirnya tahun 1837 ayah mereka meyakinkan William Procter dan James Gamble untuk menjadi partner bisnis dalam mendirikan sebuah perusahaan sederhana namun gigih yang dinamakan : Procter & Gamble.

P&G merupakan perusahaan internasional yang memproduksi barang keperluan sehari-hari consumer goods. Perusahaan tersebut dimulai dari kecil seperti sabun keluarga dan lilin lalu terus berkembang sesuai dengan maksud dan tujuan P&G untuk menyediakan produk dan layanan dengan nilai dan kualitas terbaik. Saat ini P&G telah mempekerjakan lebih dari 140 ribu pekerja dan saingannya saat ini adalah Unilever.

Pada tanggal 24 Agustus 1858-1859, penjualan P&G mencapai \$1 juta. Dititik ini P&G memiliki sekitar 80 karyawan yang bekerja disana. Pada masa perang saudara Amerika Serikat, P&G memenangkan kontrak untuk menyuplai sabun dan lilin kepada tentara Union. Selain memberikan profit tambahan,

kontrak tersebut secara tidak langsung juga memperkenalkan produk P&G kepada tentara-tentara di seluruh wilayah amerika serikat.

Pada tahun 1880. Procter&Gambele mulai memasarkan sebuah produk baru berupa sabun yang dapat mengambang diatas air. Perusahaan menyebut sabun tersebut sebagai Ivory. William Arnet Procter, cucu dari William Procter, mulai mengembangkan program bagi hasil ke tenaga kerja P&G pada tahun 1887. Dengan memberikan saham kepada pekerja. Ia secara tepat memperkirakan risiko mogok kerja dari pekerja menjadi kecil.

Perusahaan mulai membangun pabrik di lokasi lain di santero amerika serikat seiring meningkatnya permintaan. Perusahaan juga mulai melakukan diversivikasi produk. Pada tahun 1911, P&G memproduksi Crisco, sejenis minyak yang terbuat dari lemak nabati alih-alih lemak binatang. Ketika radio menjadi populer pada tahun 1920-an dan 1930-an, perusahaan menyponsori beberapa acara. Acara-acara yang di sponsori oleh P&G ini dikemudian hari disebut sebagai acara “opera sabun”.

P&G juga mengembangkan usahanya ke negara lain, baik dalam hal manufaktur maupun penjualan produk, dan menjadi perusahaan internasional saat mengakuisisi Thomas Hedley Co, sebuah perusahaan yang berbasis di New Castel Upon Tyne, Inggris. Akibat akuisisi ini, P&G memiliki jaringan yang kuat dengan wilayah Barat Daya Inggris. Disaat yang sama, P&G juga banyak meluncurkan produk-produk baru dan mulai mengembangkan produksinya ke area baru. Perusahaan memperkenalkan detergen “Tide” pada tahun 1946 dan “Prell” pada tahun 1947. Pada 1955, P&G mulai menjual pasta gigi pertama yang mengandung

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fluoride, yang dikenal sebagai “Crest”. Pada tahun 1955, perusahaan melebarkan sayapnya dengan membeli Charmin dan mulai memproduksi tisu toilet dan produk kertas lainnya. Pada tahun 1960 perusahaan meluncurkan “Downy” pelembut pakaian dan “Bounce” pada tahun 1972.

Salah satu produk inovatif yang diluncurkan P&G adalah “Pampers” yang pertama kali dijual pada tahun 1961. Produk popok sekali pakai sudah diluncurkan sebelumnya oleh Jhonshon dan Jhonshon, namun kurang populer. Produk ini menyediakan alternatif popok bayi yang ketika itu banyak menggunakan kain yang lebih mudah bocor dan sulit dibersihkan.

P&G juga membeli beberapa perusahaan dan mendiversifikasi lini produknya serta secara signifikan meningkatkan profit. Akuisisi ini termasuk pembelian Folgers Coffee, Norwich Eaton Pharmaceuticals (produsen Pepto-Bismol), Richardson-Vicks, Noxell (Noxzema), Old Spice, Max Factor, Iams, serta beberapa lainnya.

Pada tahun 1994 perusahaan mengalami kerugian besar akibat skandal yang dilakukan Bankers Trust. Pada tahun 1996 P&G juga terkena skandal ketika Food and Drug Administration menyetujui produk baru perusahaan, Olestra, untuk diluncurkan ke pasar. Produk ini adalah produk pengganti lemak untuk memasak chip kentang dan makanan lainnya. Ketika itu, produk ini diketahui dapat memicu anal leakage dan masalah gastrointestinal pada manusia.

Pada tahun 2005, P&G mengumumkan akuisisi Gillette, dan membentuk perusahaan barang konsumen yang bergerak cepat terbesar kedua di dunia, dan menjadi saingan dari Unilever. Akuisisi ini disetujui oleh Uni Eropa dan Federal

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Trade Commission, dengan syarat P&G menjual merek-merek yang menjual produk sejenis dengan merek yang baru dibeli. P&G setuju dan menjual SpinBrush, Rembrandt, Right Guard, Soft & Dri, dan Dry Idea. Kedua perusahaan secara resmi digabung pada 1 Oktober 2005. Pada tahun 2008, P&G mengembangkan usahanya pada industri rekaman dengan melakukan sponsorship bersama Tag Records, sebagai bentuk endorsement untuk TAG Body Spray

Adapun kehadiran P&G di Indonesia diawali oleh PT Richrdson Merrel Indonesia (MRI) pada tahun 1970 melalui brand Vicks yang kemudian diakuisisi oleh P&G pada tahun 1979. Kehadiran MRI di Indonesia di gantikan dengan berdirinya PT Procter & Gamble Home Products Indonesia pada tahun 1997 hingga saat ini.

Produk Downy

Downy merupakan salah satu produk rumah tangga kategori pewangi dan pelembut pakaian milik perusahaan internasional P&G. Downy pertama kali dikenalkan tahun 1960 pada sambutan 123 tahun Procter & Gamble (P&G) dan mulai di edarkan pada tahun 1961 di malaysia, Brunei Darusalam, Singapura, Indonesia, Thailand, Filipina, Vietnam, Mesir, dan Amerika Selatan namun saat itu di Indonesia Downy hanya dijual di Mall Mall tertentu saja hingga pada awal tahun 2011 downy baru melakukan launching resmi memasarkan secara luas produknya di berbagai lapisan masyarakat di indonesia. Untuk wilayah kota pekanbaru pendistribusian Downy dan produk lainnya, P&G bekerja sama dengan PT.Panca Pilar Tangguh yang sudah memiliki kredibilitas sebagai perusahaan distributor consumer goods skala nasional.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2 Visi, Misi dan Kekuatan Inti Perusahaan

1. Visi

Dapat diakui sebagai sebagai perusahaan *Consumers Good* yang memberikan layanan terbaik di dunia konsumen.

2. Misi

Menyediakan produk bermerek dan pelayanan kualitas unggul dan nilai yang meningkatkan kehidupan konsumen didunia, sekarang dan generasi yang akan datang.

3. Kekuatan Inti Perusahaan

a. Memahami Konsumen Kami

P&G telah berinvestasi secara signifikan dalam riset pasar untuk produk konsumen dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya. Kami telah berinteraksi langsung dengan lebih dari 5 juta konsumen tiap tahunnya, di kurang lebih 100 negara. Lebih dari 15,000 riset telah dilakukan dengan investasi tidak kurang dari \$350 juta tiap tahunnya dalam menyelami pemahaman konsumen. Pemahaman yang kami dapatkan sangat membantu kami dalam menentukan peluang berinovasi yang lebih baik untuk konsumen kami.

b. Inovasi

Bukan merupakan rahasia umum lagi bahwa P&G dikenal sebagai pelopor inovasi dalam skala global. Selama dasawarsa terakhir, pertumbuhan penjualan organik (*organic sales*) kami didorong dari brand baru atau inovasi terhadap produk yang sudah

ada. Kami berkolaborasi dengan partner riset kami yang tersebar di seluruh belahan dunia yang berperan besar dalam berkontribusi solusi inovasi pada produk kami. Inovasi yang merupakan kontribusi partner-partner kami ini jugalah yang membawa P&G masuk ke penghargaan ‘Symphony IRI New Product Pacesetters Report’ -- yang merupakan daftar besar tahunan inovasi terbaik di dunia dalam industri ini. Di 16 tahun terakhir ini, 132 produk P&G telah tercatat di Top 25 Pacesetters List—jumlah yang bahkan melebihi dari jumlah produk dari 6 kompetitor kami digabungkan sekaligus yang berhasil masuk ke daftar prestisius ini. P&G juga menduduki posisi ke-5 di daftar Fortune 2011 sebagai Perusahaan Paling Dihormati di Dunia. Sampai di bulan April 2011, P&G secara resmi telah memenangkan 22 penghargaan “Product of the Year” berdasarkan hasil voting dari para konsumen di Inggris, Amerika Serikat, Perancis, Belanda, Italia, Spanyol dan Afrika Selatan.

c. Kekuatan Merek

P&G adalah merek terkemuka di industri FMCG. Kami telah membangun kekuatan portfolio produk kami dari 50 merek tenama yang telah menyumbang sebesar 90% dari nilai penjualan P&G, dengan keuntungan lebih dari 90%. 25 dari merek tersebut telah menghasilkan nilai penjualan tahunan yang mencapai kira-kira \$1 milyar dollar.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Kemampuan Memenuhi Kredibilitas Pasar

Pengembangan kemampuan memenuhi kredibilitas pasar kami telah terbukti, dengan kami selalu konsisten dipilih menjadi supplier utama para riteler. Kami juga sering terpilih dikarenakan berbagai kemampuan kami dalam strategi bisnis, penempatan merek yang kredibel, dan program marketing yang inovatif.

e. Berskala Global

Dalam memenuhi kebutuhan dan eksistensi berskala global, P&G bekerja menjadi satu selaku pemain di pasar dan industri bisnis. Dengan memanfaatkan kekuatan merek dan kategori bisnis di bawah satu perusahaan, kami meyakini keunggulan kami dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen kami di seluruh dunia. Mengkombinasikan secara strategis semua merek, bisnis dan sumber daya kami secara terpadu mengefisiensikan untuk alokasi potensi kami dalam skala global.

4.3 Penghargaan- penghargaan

P&G telah dikenal sebagai salah satu perusahaan di dunia yang terdepan, berkomitmen penuh dalam menciptakan keanekaragaman lapangan kerja.

a. Reputasi dan Kepemimpinan

Forbes: Menduduki urutan ke -41 di daftar Perusahaan Terkemuka Di Dunia. Fortune: Urutan ke – 15 di daftar “Perusahaan Paling Spektakuler di Dunia” dan di urutan pertama di kategori industry sabun dan kosmetika.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Barron's: Masuk ke urutan ke – 20 sebagai “Perusahaan Paling Dihormati di Dunia” Universum: Ditunjuk sebagai Perusahaan Paling Diminati Untuk Bekerja. Chief Executive Magazine: Urutan ketiga dari 40 Perusahaan Terbaik Untuk Pemimpin 2015.

b. Inovasi

P&G telah menerima 3 dari 10 posisi di daftar besar tahunan IRI di kategori Produk Baru Yang Terdepan. Dalam kurun waktu 18 tahun semenjak daftar prestisius ini dipublikasikan, P&G telah berhasil menempatkan 148 produknya di kategori non-makanan. Jumlah yang bahkan melebihi dari jumlah produk dari 6 kompetitor kami digabungkan sekaligus yang berhasil masuk ke daftar prestisius ini.

c. Diversity

Ranking ke-7 di daftar 50 Perusahaan Dengan Keanekaragaman

Ranking ke-8 di daftar 10 Perusahaan Paling Beragam Di Dunia

Ranking ke -5 di daftar Top 10 Perusahaan untuk Perekrutan dan Retensi

Ranking ke- 5 di daftar 10 Perusahaan Terbaik untuk Pekerja Disabilitas.

d. Asosiasi Nasional untuk Wanita Eksekutif

Salah satu perusahaan yang masuk ke Top 10 Perusahaan Terbaik untuk Wanita Eksekutif di 4 tahun berturut-turut. Diakui sebagai salah satu perusahaan di Top 5 Perusahaan Terbaik untuk Wanita Multikultural; dan satu dari 100 Perusahaan Terbaik untuk Para Ibu Pekerja.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemerintah Provinsi Jawa Barat: Perusahaan Terbaik yang memperkerjakan Tenaga Kerja Perempuan 2014

e. Kesenambungan

Dinamakan menjadi FTSE4Good di index bursa saham. Para peneliti P&G telah menerima penghargaan dari Economist Innovation untuk hasil kerja kami di program Children's Safe Drinking Water (CSDW).

Silver Award dari Global CSR Summit & Awards 2015 untuk Produk Terbaik atas P&G Purifier of Water dan Program Children's Safe Drinking Water.

