

## BAB II

### GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

#### 2.1 Tentang PT. Saras Subur Abadi



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan

Sumber: Dokumen Perusahaan

PT. Saras Subur Abadi merupakan perusahaan importir dan distributor Tiongkok yang sudah terpercaya dan berpengalaman. PT Saras Subur Abadi mulai berdiri sejak tahun 2015 dengan tujuan mengeluarkan produk obat tradisional Tiongkok yang berkualitas dan terjangkau untuk dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. PT Saras Subur Abadi berkewajiban memastikan produk yang dikonsumsi masyarakat berkualitas, terjamin legal dan terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI.

Dalam perjalanannya hingga saat ini, PT Saras Subur Abadi sukses memasarkan produk obat, produk kesehatan, dan produk kecantikannya dari berbagai perusahaan farmasi dan kesehatan ternama di Tiongkok. Partner yang bekerjasama dengan Saras Subur Abadi, seperti Zhangzhou Pien Tze Huang, Yunnan Baiyao Group, Beijing Tong Ren Tang, Shandong Dong'e Ejiao,

Guangzhou Pharmaceutical Group, Buchang Pharma, Lanzhou Foci, China Resource 999, hingga banyak perusahaan besar lainnya.

Saat ini, Saras Subur Abadi telah berkembang pesat menjadi salah satu perusahaan importir dan agen tunggal terpercaya untuk obat-obatan tradisional Tiongkok (*Traditional Chinese Medicine*) di Indonesia. Banyak produk yang sudah didistribusikan, mulai dari suplemen, obat-obatan P3K, obat untuk masalah diabetes, jantung, ginjal, kesehatan mata, otot dan tulang sendi, hingga perawatan badan dan rambut. Contoh produknya, berupa fufang ejiao jiang, die da yao jing, four season medicated oil, zhang zhou pien tze huang, sanjin tablets, o'naomi natural body wash, o'naomi natural *shampoo* dan *conditioner*, dan masih banyak produk lainnya. Dalam keberhasilannya. Saras Subur Abadi memasarkan produknya melalui jaringan kemitraan dan pemasaran yang luas di seluruh wilayah di Indonesia, baik *offline* maupun *online*.

Saat ini, produk dari PT Saras Subur Abadi dapat dengan mudah dibeli di lebih dari 2000 toko obat / apotik dan supermarket modern, termasuk di antaranya toko obat / apotik modern ternama seperti Century, Guardian, hingga Watsons. Adapun secara online, Saras Subur Abadi telah berkerjasama dengan dua online store ternama seperti *Mandjur.co.id* dan *Gogobli.com*, serta memiliki official store di Tokopedia dan Lazada. Saras Subur Abadi fokus untuk menghadirkan obat-obatan dan produk kesehatan yang berkualitas dan terjangkau. PT Saras Subur Abadi akan terus melakukan inovasi dengan meluncurkan berbagai produk obat-obatan atau produk kesehatan lainnya, baik dari perusahaan lokal maupun perusahaan internasional lainnya untuk masyarakat Indonesia dengan terjamin aman untuk dikonsumsi.

## **2.2 Visi Misi PT. Saras Subur Abadi**

PT. Saras Subur Abadi merupakan perusahaan importir dan distributor terpercaya di Indonesia, memiliki visi dan misi sebagai berikut:

### **VISI**

Menjadi penyedia dan pemasok obat-obatan dan produk kesehatan terkemuka di Indonesia.

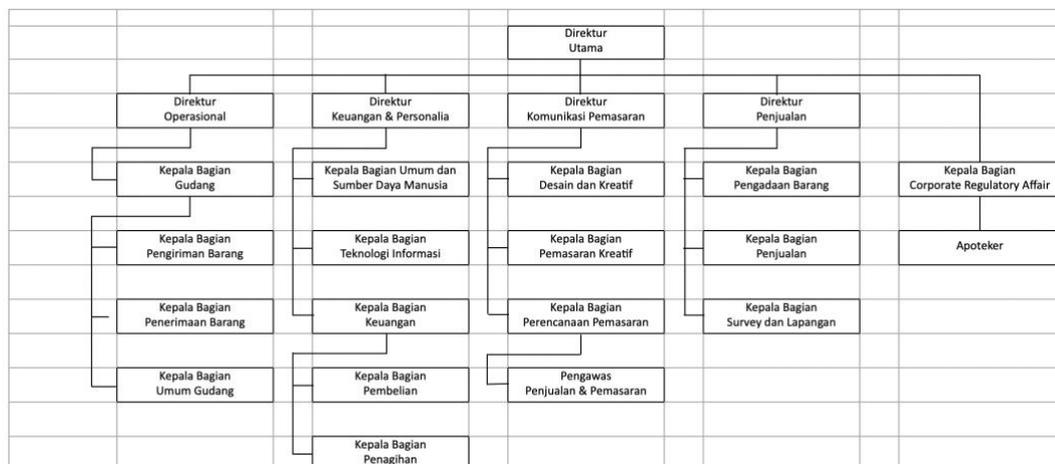
## MISI

- a. Memperluas akses dan jangkauan terhadap obat-obatan dan produk kesehatan berkualitas yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia.
- b. Memastikan bahwa setiap obat-obatan dan produk kesehatan yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia memiliki kualitas yang tinggi, asli, dan dibuat oleh produsen obat dan produk kesehatan terkemuka di dunia.
- c. Memberikan edukasi yang berkelanjutan mengenai pentingnya penggunaan obat-obatan dan produk kesehatan lainnya secara baik dan benar.

### 2.3 Struktur Organisasi PT. Saras Subur Abadi

PT. Saras Subur Abadi merupakan perusahaan importir dan distributor obat tradisional Tiongkok ternama di Indonesia. PT. Saras Subur Abadi memiliki struktur organisasi yang sistematis untuk memastikan operasional perusahaan berjalan dengan efisien. Dalam struktur perusahaannya, bisa dijelaskan dalam bagan berikut :

Tabel 2. 1 Struktur Perusahaan



Sumber: HR Perusahaan PT. Saras Subur Abadi

Struktur perusahaan PT Saras Subur Abadi menggunakan pembagian tugas pekerjaan di mana tanggung jawab dikelompokkan berdasarkan fungsi kerja masing-masing. Struktur seperti ini bertujuan untuk menciptakan efisiensi kerja, memperjelas alur koordinasi, serta mempermudah proses pengambilan keputusan

di setiap unit kerja. Struktur perusahaan ini dipimpin oleh direktur utama, yang memiliki wewenang tertinggi dalam pengelolaan dan pengambilan keputusan strategis perusahaan. Di bawah direktur utama, terdapat empat direktorat utama tiap divisinya, yaitu direktur operasional, direktur keuangan dan personalia, direktur komunikasi pemasaran, dan direktur penjualan. Masing-masing direktorat membawahi beberapa bagian yang fokus pada fungsi kerja spesifik dan setiap departemen dipimpin oleh seorang kepala bagian/divisi.

Dengan struktur organisasi yang terorganisir dengan baik, PT. Saras Subur Abadi mampu menjalankan kegiatan bisnis secara efektif dan mencapai target yang telah ditetapkan. Hingga saat ini, pemasaran dilakukan melalui *offline* dan *online*. Berikut masing-masing *job description* pada departemen komunikasi pemasaran serta hubungannya dalam proses kerja :

#### A. Direktur Komunikasi Pemasaran

Direktur departemen ini memiliki tanggung jawab utama dalam menyusun dan mengarahkan strategi komunikasi pemasaran yang sejalan dengan visi, misi, dan tujuan perusahaan, khususnya pemasaran. Ia juga bertugas untuk memastikan seluruh elemen promosi berjalan secara efektif dan efisien serta mampu meningkatkan citra dan nilai merek perusahaan.

#### B. *Design* dan Kreatif

Posisi ini bertanggung jawab dalam proses pembuatan materi visual dan grafis yang mendukung seluruh kampanye pemasaran perusahaan. Tugasnya, yaitu pembuatan desain promosi untuk media sosial, cetak, dan digital, bekerja sama dengan bagian lain untuk memastikan visual sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan untuk menjaga konsistensi identitas visual perusahaan.

#### C. Pemasaran Kreatif

Penulis berada didalam posisi ini untuk memenuhi proses magang. Posisi ini berperan dalam menciptakan ide-ide kreatif yang inovatif untuk mendukung kampanye promosi dan meningkatkan *engagement* dengan target pasar yang sesuai. Tugasnya, yaitu *brainstorming* dan perencanaan konsep kreatif kampanye, mengembangkan konten promosi yang menarik,

dan bekerja sama dengan tim desain, perencanaan pemasaran, dan penjualan.

D. Perencanaan Pemasaran

Posisi ini memiliki tanggung jawab dalam menyusun strategi pemasaran jangka pendek dan jangka panjang. Tugasnya, yaitu menyusun kalender pemasaran dan mengatur jadwal kampanye, riset pasar dan analisis tren konsumen, dan menyusun strategi promosi sesuai dengan target audiens dan segmentasi pasar.

E. Pengawas penjualan dan pemasaran

Posisi ini merupakan penghubung antara tim pemasaran dan tim penjualan di lapangan. Tugasnya, yaitu memastikan eksekusi promosi berjalan sesuai rencana, *monitoring* kegiatan pemasaran dan pelaksanaan strategi di berbagai kanal distribusi, dan menjadi pengontrol kegiatan *sales* dan *marketing* agar sinkron dan sesuai dengan arahan strategi.