

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Bintang Toedjoe

PT Bintang Toedjoe merupakan anak perusahaan PT Kalbe Farma, Tbk dan juga merupakan salah satu perusahaan farmasi terbesar di Indonesia. Perusahaan ini pertama kali didirikan pada 29 April 1946 oleh Tan Jun She (a sinshe), Hioe On Tjan, dan Tjia Pu Tjien. Nama Bintang Toedjoe (tujuh) dipilih karena Tan Jun She yang dari memiliki tujuh anak perempuan.



Gambar 2.1 Logo PT Bintang Toedjoe

Sumber: Google (2025)

Pada mulanya, Bintang Toedjoe berdiri dengan peralatan sederhana dan karyawan yang tidak terlalu banyak. Meski begitu, PT Bintang Toedjoe berhasil memenuhi permintaan pasar dengan produk-produknya yang berada di ranah kesehatan. Salah satu produk unggulannya adalah Puyer 16, obat bebas yang hingga kini tetap dikenal ampuh mengobati sakit kepala. Sejak 1970-an, PT Bintang Toedjoe terus berkembang dengan memproduksi obat resep dan suplemen kesehatan. Dengan produk yang berkualitas, aman, dan terpercaya, PT Bintang Toedjoe berkomitmen untuk selalu menyediakan produk-produk yang inovatif serta berkualitas tinggi guna mendukung kesehatan dan kualitas hidup yang lebih baik untuk semua orang. Saat ini, PT Bintang Toedjoe telah memiliki beragam produk yang meliputi Extra Joss, Extra Joss Ultimate, EJ Sport, Bejo, Komix, Komix Herbal, Femmy, Herbasip, Red-G, Puyer 16, Slasi, RedGine, dan Waisan. Produk-produk ini tidak hanya dipasarkan di Indonesia, tetapi PT Bintang Toedjoe telah mengeksport beberapa produknya ke negara luar, seperti Filipina, Hong Kong, Selandia Baru, India, Malaysia, Kamboja, Sri Lanka, dan Nigeria.

Awalnya, PT Bintang Toedjoe hanya memiliki satu kantor utama di Garut, namun pada 1975 perusahaan ini pindah ke Jakarta Timur. Kesuksesan PT Bintang Toedjoe dalam membangun reputasi sebagai pabrik farmasi aktif untuk pasar *Nutraceutical* (suplemen obat dan makanan) serta produk *Over The Counter* (OTC) membuat PT Bintang Toedjoe kemudian melakukan perluasan wilayah produksi. Pada tahun 1993, perusahaan ini resmi pindah ke Kawasan Industri Pulogadung, kemudian, pada Juni dan Juli 2002, pabrik dan kantor di Pulomas mulai beroperasi. Terakhir, pada tahun 2020, PT Bintang Toedjoe membangun pabrik modern berteknologi canggih di Cikarang, lengkap dengan Taman Herbal seluas 2 hektare yang ditanami berbagai jenis tanaman herbal.

PT Bintang Toedjoe memiliki lima nilai perusahaan. Pertama, saling percaya. PT Bintang Toedjoe sangat menghargai setiap pribadi yang ada serta menjunjung tinggi keterbukaan dan kejujuran. Kedua, kesadaran. PT Bintang Toedjoe peka dan peduli terhadap seluruh pemangku kepentingan, masyarakat, dan lingkungan. Ketiga, inovasi. PT Bintang Toedjoe bertekad untuk meningkatkan kualitas hidup melalui inovasi dan memanfaatkan ilmu serta teknologi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Keempat, bertekad untuk menjadi lebih baik. PT Bintang Toedjoe mendukung dan mendorong setiap individu untuk berproses demi perbaikan yang berkesinambungan. Kelima, saling keterkaitan. PT Bintang Toedjoe selalu mengutamakan kerja sama tim dalam keberagaman budaya dengan suasana kerja yang hangat dan menyenangkan.

Terdapat budaya atau kultur bekerja di PT Bintang Toedjoe, yaitu *Commitment, Creative, Competence, Character, Communication, Collaboration, dan Contribution*. Aspek *Commitment* menekankan pada dedikasi perusahaan untuk memberikan hasil yang terbaik. Aspek *Creative* menekankan pada perusahaan yang siap sedia memberikan ide-ide baru yang inovatif. Aspek *Competence* menekankan pada peluang perusahaan untuk memberi kesempatan bagi para pemangku kepentingannya untuk belajar dan berkembang. Aspek

Character berarti perusahaan selalu menjunjung tinggi nilai-nilai integritas dengan berlandaskan semangat *Profesional, Kontribusi, Kekompakan* (PKK).

2.2 Visi Misi PT Bintang Toedjoe

Sebagai salah satu perusahaan farmasi terbesar di Indonesia yang sudah berdiri lebih dari 70 tahun, PT Bintang Toedjoe memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

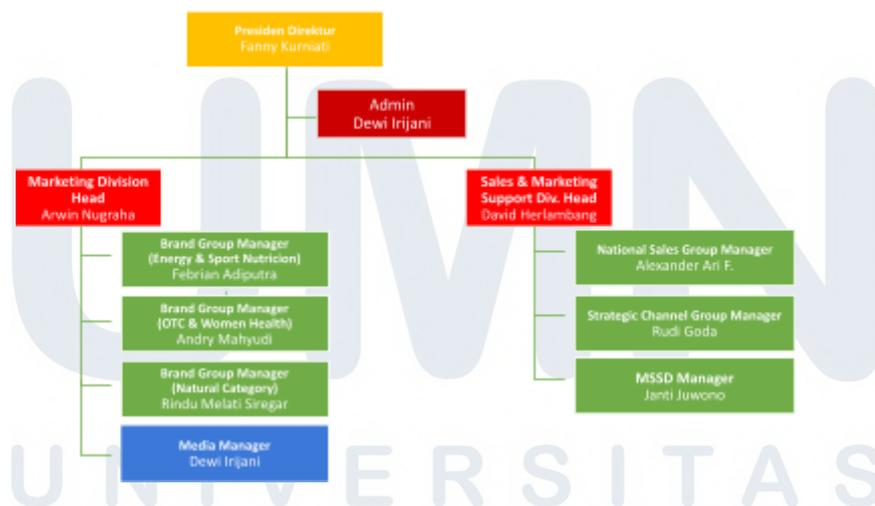
Menjadi perusahaan Consumer Health terkemuka di dunia melalui produk-produk inovatif dan berkualitas tinggi, didukung oleh teknologi mutakhir dan manajemen yang unggul.

MISI

Menyediakan kesehatan untuk kualitas hidup yang lebih baik bagi semua orang.

2.3 Struktur Organisasi PT Bintang Toedjoe

Sebagai salah satu perusahaan farmasi terbesar di Indonesia, PT Bintang Toedjoe memiliki struktur organisasi di Departemen Marketing sebagai berikut:

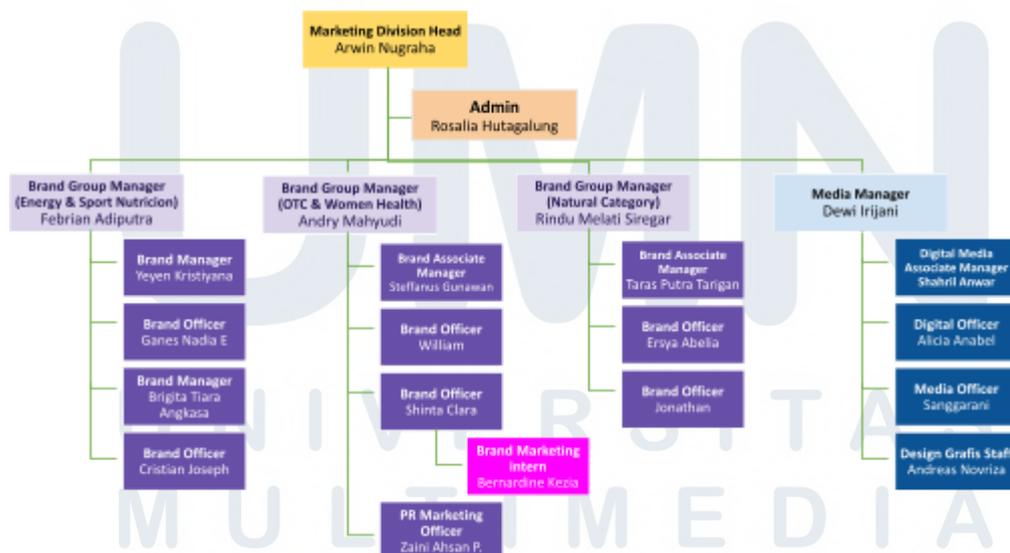


Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Bintang Toedjoe

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada Gambar 2.3, terlihat bahwa Departemen Marketing di PT Bintang Toedjoe memiliki dua cabang, yaitu *Marketing Division* dan *Sales & Marketing Support*. Kedua cabang divisi ini dikepalai oleh Ibu Fanny Kurniati selaku *President Director* yang bertanggung jawab atas seluruh aktivitas di PT Bintang Toedjoe.

Arwin Nugraha Hutasoit, selaku *Marketing Division Head*, bertanggung jawab atas tiga *Line of Business (LOB)*. LOB tersebut dibagi berdasarkan jenis produk yang diproduksi oleh PT Bintang Toedjoe. LOB 1 dengan fokus pada *Energy & Sport Nutrition* dikepalai oleh Febrian Adiputra selaku *Brand Group Manager*. LOB 1 mengelola segala aktivitas pemasaran *brand* Extra Joss, Extra Joss Ultimate, dan EJ Sport. LOB 2 dengan fokus pada *Over The Counter (OTC)* dan *Women Health* dikepalai oleh Andry Mahyudi selaku *Brand Group Manager*. LOB 2 mengelola segala aktivitas pemasaran *brand* Komix, Komix Herbal, dan Femmy. LOB 3 dengan fokus pada *Natural Category* dikepalai oleh Rindu Melati Siregar selaku *Brand Group Manager*. LOB 3 mengelola segala aktivitas pemasaran Waisan, Puyer no.16, Slasi, Bejo. Selain ketiga LOB ini, PT Bintang Toedjoe juga memiliki divisi media yang berfokus pada pemasaran digital. Divisi ini dikepalai oleh Dewi Irijani selaku *Media Manager*.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Brand Marketing

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Secara keseluruhan, Divisi Brand Marketing memiliki tugas untuk membantu persiapan dan pelaksanaan *project/event* program produk, mengolah data dan mencari *insight* terkait *project* di area fokus, monitoring kebutuhan stok dan ketersediaan *gimmick* untuk kebutuhan *project brand*, membantu persiapan kebutuhan *project brand* secara administratif (POSM, *Design*, *Budget*, dsb), monitoring pencapaian tim *direct* dan tim *ad hoc*, serta melihat perkembangan sosial media dan kompetitor (*Campaign*, *Program Trade*).

Terdapat delapan divisi besar yang menaungi divisi-divisi lain yang dalam proses kerjanya saling bekerja sama. Berikut penjelasan singkat mengenai divisi di PT Bintang Toedjoe:

1) Marketing Division Head

Posisi pimpinan tertinggi di Divisi Marketing yang bertanggung jawab untuk mengarahkan dan mengawasi seluruh strategi pemasaran produk di perusahaan. Memiliki peran dalam memastikan seluruh aktivitas promosi, *branding*, komunikasi, dan kampanye pemasaran agar dapat berjalan secara efektif dan selaras dengan tujuan serta visi perusahaan. Posisi ini juga bertugas menjalin kerja sama lintas divisi, mengelola anggaran pemasaran, serta melakukan evaluasi dan analisis terhadap kinerja tim pemasaran secara keseluruhan.

2) Brand Group Manager

Individu dengan tanggung jawab pada pengelolaan merek atau lini produk yang berada dalam satu kelompok *brand*. *Brand Group Manager* berperan penting dalam merancang dan mengoordinasikan strategi pemasaran untuk sejumlah merek di bawah tanggung jawabnya guna menjaga konsistensi identitas dan posisi merek agar tetap relevan dengan kondisi pasar yang semakin kompetitif.

3) **Brand Associate Manager**

Individu dengan tugas utama meliputi analisis tren konsumen, analisis pasar, serta pelaksanaan kampanye promosi dan aktivitas *brand* lainnya. Posisi ini berperan dalam mendukung *Brand Group Manager* dalam pengembangan strategi pemasaran dan pelaksanaan program *brand*. *Brand Associate Manager* juga bertanggung jawab dalam mengoordinasikan kebutuhan promosi lintas kanal, serta memastikan setiap kegiatan *branding* terlaksana sesuai rencana dan anggaran yang telah ditetapkan.

4) **Brand Manager**

Individu yang memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola satu merek tertentu, mulai dari merancang strategi pemasaran hingga menjaga konsistensi identitas dan citra merek di pasar. *Brand Manager* juga bertugas melakukan riset pasar, menganalisis kompetitor, serta berkolaborasi dengan tim internal dan eksternal untuk memastikan keefektifan setiap aktivitas pemasaran dan mendukung pertumbuhan merek secara konsisten.

5) **Brand Officer**

Individu yang membantu *Brand Manager* dalam mengembangkan kegiatan *branding* dan promosi. Tanggung jawabnya meliputi koordinasi kegiatan pemasaran di lapangan, pelaksanaan event atau kampanye, serta pengumpulan data dan laporan hasil kegiatan. *Brand Officer* juga terlibat dalam monitoring aktivitas kompetitor dan pemberian masukan berdasarkan hasil observasi terhadap tren pasar dan perilaku konsumen.

6) **Media Manager**

Individu dengan tanggung jawab terhadap perencanaan, pembelian, dan pengelolaan media untuk keperluan pemasaran. Tugas utamanya meliputi pemilihan platform media yang tepat (baik media konvensional maupun

digital), negosiasi dengan pihak media, serta evaluasi tingkat efektivitas media *placement*. Media Manager juga bertugas untuk memastikan bahwa pesan komunikasi merek tersampaikan secara luas dan tepat sasaran.

7) Digital Media Associate Manager

Digital Media Associate Manager bertugas untuk memimpin tim dan memastikan penggunaan anggaran media digital berjalan efektif sesuai target bisnis. Posisi ini bertanggung jawab mengelola dan mengoptimalkan kampanye pemasaran digital, termasuk perencanaan strategi media sosial, pengelolaan konten digital, serta analisis performa kampanye untuk meningkatkan *engagement* dan konversi.

8) Digital Media Officer

Digital Media Officer bertugas menjalankan dan mengelola aktivitas pemasaran digital sehari-hari, seperti membuat dan mempublikasikan konten di media sosial, mengatur dan mengelola aktivitas digital bersama *agency*, memantau *engagement*, serta membantu analisis data kampanye untuk mencapai target pemasaran.

9) Media Officer

Media Officer bertugas untuk membuat dan mengelola *homeless* media, memantau interaksi audiens, mengatur jadwal posting, serta menganalisis performa untuk mendukung kampanye sebuah merek.

10) PR Marketing Officer

Individu yang bertanggung jawab untuk membangun dan menjaga citra positif *brand* di mata publik melalui kegiatan hubungan masyarakat (*public relations*) dan pemasaran. Posisi ini bertugas menyusun siaran pers, mengelola hubungan dengan media, serta menyelenggarakan berbagai acara atau aktivitas yang bertujuan meningkatkan visibilitas

perusahaan. *PR Marketing Officer* juga berperan dalam mendukung strategi komunikasi agar tetap relevan dan dapat membangun citra positif di berbagai kanal komunikasi.

11) Design Grafis Staff

Individu yang bertanggung jawab dalam penciptaan desain visual untuk keperluan promosi dan komunikasi merek perusahaan. Tugasnya mencakup pembuatan materi grafis seperti poster, banner, konten media sosial, dan materi promosi lainnya sesuai dengan permintaan merek. Selain itu, *Design Grafis Staff* juga bekerja sama dengan tim Brand Marketing dalam mewujudkan ide kampanye menjadi bentuk visual yang menarik dan efektif untuk menarik perhatian target audiens.

