

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Bintang Toedjoe

PT Bintang Toedjoe adalah sebuah perusahaan farmasi dan kesehatan yang berada di bawah naungan PT Kalbe Farma (Kalbe Group). Kalbe Farma sendiri merupakan perusahaan penyedia produk dan layanan kesehatan terbesar di Indonesia dengan lebih dari 17.000 pekerja. PT Bintang Toedjoe didirikan di Garut, Jawa Barat, pada 29 April 1946 oleh seorang sinthe bernama Tan Jun She.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Bintang Toedjoe

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

PT Bintang Toedjoe memproduksi obat-obatan *over-the-counter* (OTC) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan masih dikonsumsi secara luas hingga saat ini. Produk-produk dari PT Bintang Toedjoe telah dikenal luas oleh masyarakat, seperti Puyer No.16 (obat sakit kepala), Komix dan Komix Herbal (obat batuk), Extra Joss (minuman energi), Bejo (suplemen kesehatan), Femmy (minuman *fiber*), Waisan (obat maag), dan Slasi (minuman kemasan sachet).

Sejak pendiriannya, perusahaan ini telah berhasil menjadi salah satu perusahaan farmasi dan kesehatan yang unggul di dunia dan telah mengekspor produknya ke banyak negara. Produk-produk yang diproduksi oleh PT Bintang Toedjoe mengungguli beberapa pesaingnya dan menjadi *market leader* di sub-

industri masing-masing. Salah satunya Komix, yang masuk ke dalam kategori sub-industri obat batuk dan berada di puncak dengan pangsa pasar 21,6%.

Kantor pusat PT Bintang Toedjoe sendiri berlokasi di Pulomas, Cempaka Putih. PT Bintang Toedjoe memiliki 2 pabrik yang terletak di Pulogadung dan Cikarang, yang dilengkapi dengan taman herbal seluas 2 hektar. Hal ini merupakan salah satu bentuk komitmen PT Bintang Toedjoe untuk terus mengembangkan tanaman herbal asli Indonesia, khususnya Jahe Merah.

2.2 Visi Misi PT Bintang Toedjoe

PT Bintang Toedjoe adalah perusahaan kesehatan terkemuka secara global dan merupakan anak perusahaan dari PT Kalbe Farma, Tbk. PT Bintang Toedjoe berkomitmen untuk selalu menyediakan produk inovatif dan berkualitas tinggi untuk kesehatan dan kualitas hidup yang lebih baik bagi semua orang.

VISI

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

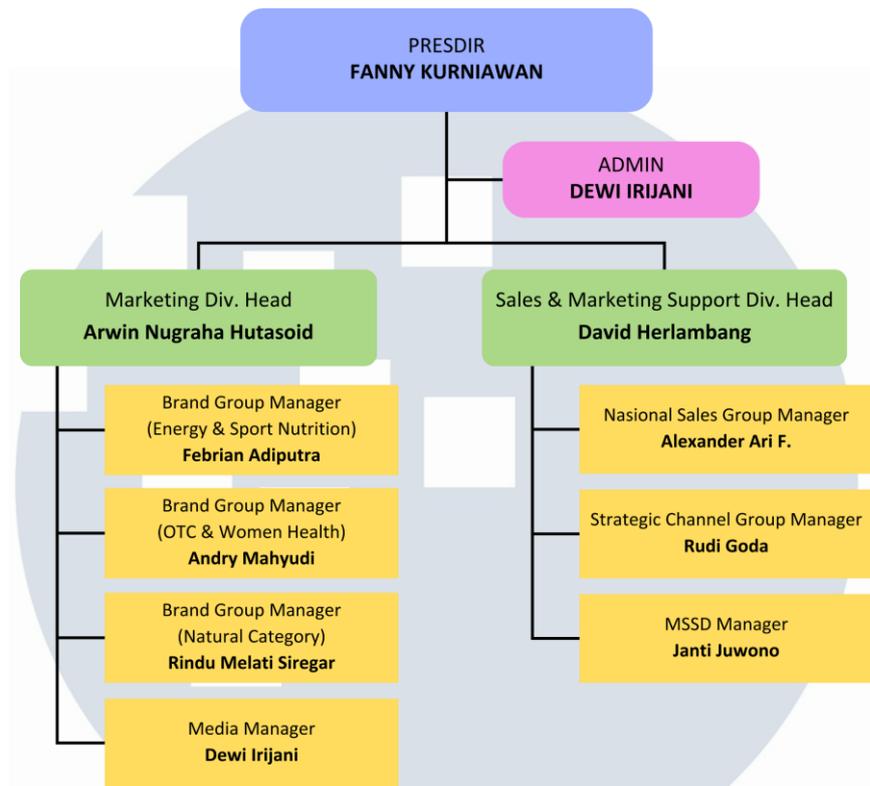
MISI

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

2.3 Struktur Organisasi PT Bintang Toedjoe

PT Bintang Toedjoe merupakan perusahaan Consumer Health terkemuka yang telah berdiri selama kurang lebih tujuh puluh sembilan tahun. Struktur organisasi PT Bintang Toedjoe adalah sebagai berikut.

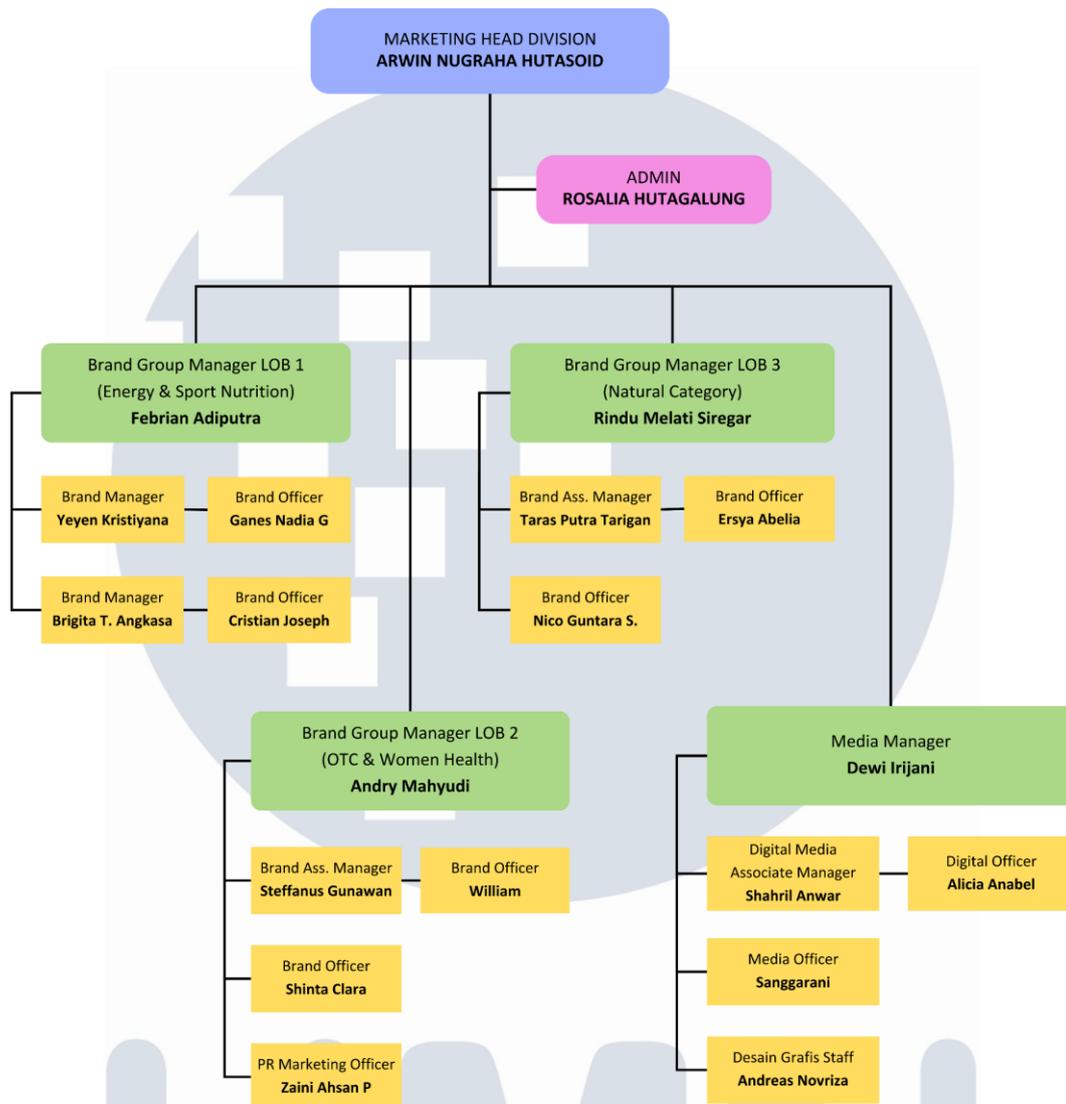
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Bintang Toedjoe
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Struktur organisasi perusahaan dipimpin oleh Presiden Direktur, Ibu Fanny Kurniawan. Di bawah Presiden Direktur, terbagi menjadi dua departemen utama, yakni Departemen Marketing yang dikepalai oleh Bapak Arwin Nugraha Hutasoid sebagai Marketing Div. Head, serta Departemen Sales & Marketing Support yang dikepalai oleh Bapak David Herlambang sebagai Sales & Marketing Support Div. Head. Departemen Marketing berfokus pada strategi dan pengelolaan *brand*, yang membawahi beberapa *brand group* berdasarkan kategori produk.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.3 Struktur Departemen Marketing

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Departemen Marketing bertanggung jawab terhadap aktivitas pemasaran secara keseluruhan, mulai dari perencanaan strategis, hingga eksekusi dan supervisi. Brand-brand pada PT Bintang Toedjoe sendiri dikelompokkan ke dalam tiga kategori besar yang biasa disebut *Line of Business* (LOB). LOB ini terdiri dari LOB 1 yang memegang kategori *energy & sport nutrition brand* (Extra Joss dan EJ Sport), LOB 2 yang memegang kategori *OTC medicine & woman health brand* (Komix, Komix Herbal, dan Femmy), serta LOB 3 yang memegang kategori

natural category brand (Bejo, Slasi, Puyer No.16, dan Waisan). Berikut masing-masing *job description* pada Departemen Marketing dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. Marketing Head Division

Bertanggung jawab untuk memimpin divisi pemasaran, menyusun strategi pemasaran jangka panjang dan pendek, serta memastikan anggaran digunakan secara efisien. Bekerja dengan tim untuk mencapai target dan melaporkan perkembangan kepada manajemen. Selain itu, Marketing Head Division bertugas menganalisis pasar dan tren industri untuk mencari peluang baru.

B. Brand Group Manager

Mengelola beberapa *brand* dalam satu grup, menyusun strategi untuk memperkuat posisi *brand* di pasar, dan memimpin implementasi kampanye pemasaran. Brand Group Manager juga bertugas memahami tren konsumen dan pesaing, serta mengelola anggaran untuk mencapai target.

C. Brand Manager

Bertanggung jawab atas pengembangan dan pengelolaan *brand* secara tunggal, merancang dan melaksanakan strategi pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness*, mengelola komunikasi pemasaran *brand*, dan bekerja sama dengan tim kreatif untuk menghasilkan materi pemasaran yang efektif..

D. Brand Officer

Mendukung Brand Manager dalam implementasi strategi dan mengelola aktivitas pemasaran harian. Brand Officer juga berperan menyusun materi promosi yang sesuai dengan *brand identity* dan mengumpulkan *insight* konsumen untuk mendukung perencanaan strategis.

E. PR Marketing Officer

Menjaga hubungan baik perusahaan dengan publik dan media, merancang strategi PR untuk memperkuat *brand image*, serta menangani krisis komunikasi

jika diperlukan. Termasuk di dalamnya mengelola *press release*, konferensi pers, dan acara publik untuk memastikan pemberitaan yang positif.

F. Media Manager

Merencanakan dan mengelola strategi media, baik tradisional maupun digital, untuk kampanye pemasaran. Media Manager juga harus memastikan pesan iklan tepat sasaran dan memonitor kinerja kampanye media, serta mengelola anggaran media.

G. Digital Media Associate Manager

Membantu dalam mengelola dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital, memantau kinerja kampanye digital, mengoptimalkan hasil di berbagai platform digital, sekaligus menyusun laporan efektivitas kampanye.

H. Digital Media Officer

Mengelola akun media sosial dan konten digital, serta mempublikasikan materi promosi di saluran digital. Digital Media Officer yang bertanggung jawab untuk berkoordinasi dengan tim kreatif untuk memastikan konten yang relevan.

I. Media Officer

Mendukung implementasi kampanye media, mengelola pemesanan iklan, memonitor dan melaporkan kinerja media, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan kampanye media.

J. Graphic Design Staff

Bertugas merancang materi visual untuk kampanye pemasaran dan *branding* perusahaan. Bekerja erat dengan berbagai posisi dan tim dalam pemasaran untuk memastikan desain yang konsisten dengan *brand identity* dan sesuai dengan tujuan kampanye.