

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT. Surya Pertiwi Tbk

PT. Surya Pertiwi Tbk (SPTO) merupakan perusahaan distribusi terkemuka di bidang perlengkapan sanitasi dan kamar mandi di Indonesia. Berdiri sejak tahun 1968, SPTO dipercaya sebagai agen tunggal untuk merek TOTO asal Jepang—salah satu produsen sanitary ware terbesar dan paling bergengsi di dunia yang telah berdiri sejak tahun 1917.

PT. Surya Pertiwi berlokasi di Slipi lebih tepatnya di Jl. Letjen S. Parman Kav. 81, Jakarta Barat 11420, Indonesia. Beberapa media sosial aktif seperti Instagram dan Tiktok @suryapertiwi.id dan semua informasi bisa langsung di cek situs resmi <https://www.suryapertiwi.co.id>.

Dalam upaya memperkuat kehadiran merek TOTO di pasar Indonesia, pada tahun 1977, para pemegang saham SPTO bersama TOTO Jepang mendirikan perusahaan manufaktur lokal bernama PT. Surya Toto Indonesia Tbk. Perusahaan ini berfokus pada produksi dan penjualan produk bermerek TOTO di Indonesia, dengan lisensi resmi dari TOTO Jepang.

Sejak tahun 1978, SPTO secara eksklusif menjadi distributor tunggal untuk seluruh produk TOTO di Indonesia. Dengan strategi distribusi yang solid, SPTO kini telah memiliki jaringan yang menjangkau 14 kota besar di luar wilayah Jabodetabek dan Surabaya, mencakup berbagai wilayah strategis di seluruh kepulauan Indonesia.

Selain memasarkan produk-produk TOTO, PT. Surya Pertiwi Tbk juga menjadi distributor resmi untuk sejumlah merek internasional ternama lainnya di sektor perlengkapan rumah dan bangunan, seperti Villeroy & Boch, Stiebel Eltron, Geberit, Franke, Jacuzzi, dan Kaldewei.

Sebagai langkah inovatif dalam memperluas segmen pasar, pada Agustus 2024, SPTO meluncurkan merek *fittings* milik sendiri bernama **Zanru**. *Brand* ini hadir dengan harga yang lebih terjangkau, ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang lebih luas tanpa mengorbankan kualitas.

2.2 Visi Misi PT. Surya Pertiwi Tbk

PT. Surya Pertiwi Tbk sebagai distributor terbesar di bidang *sanitary* dan *fittings* memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

To provide the most comprehensive bathroom products selection and the best quality customer services.

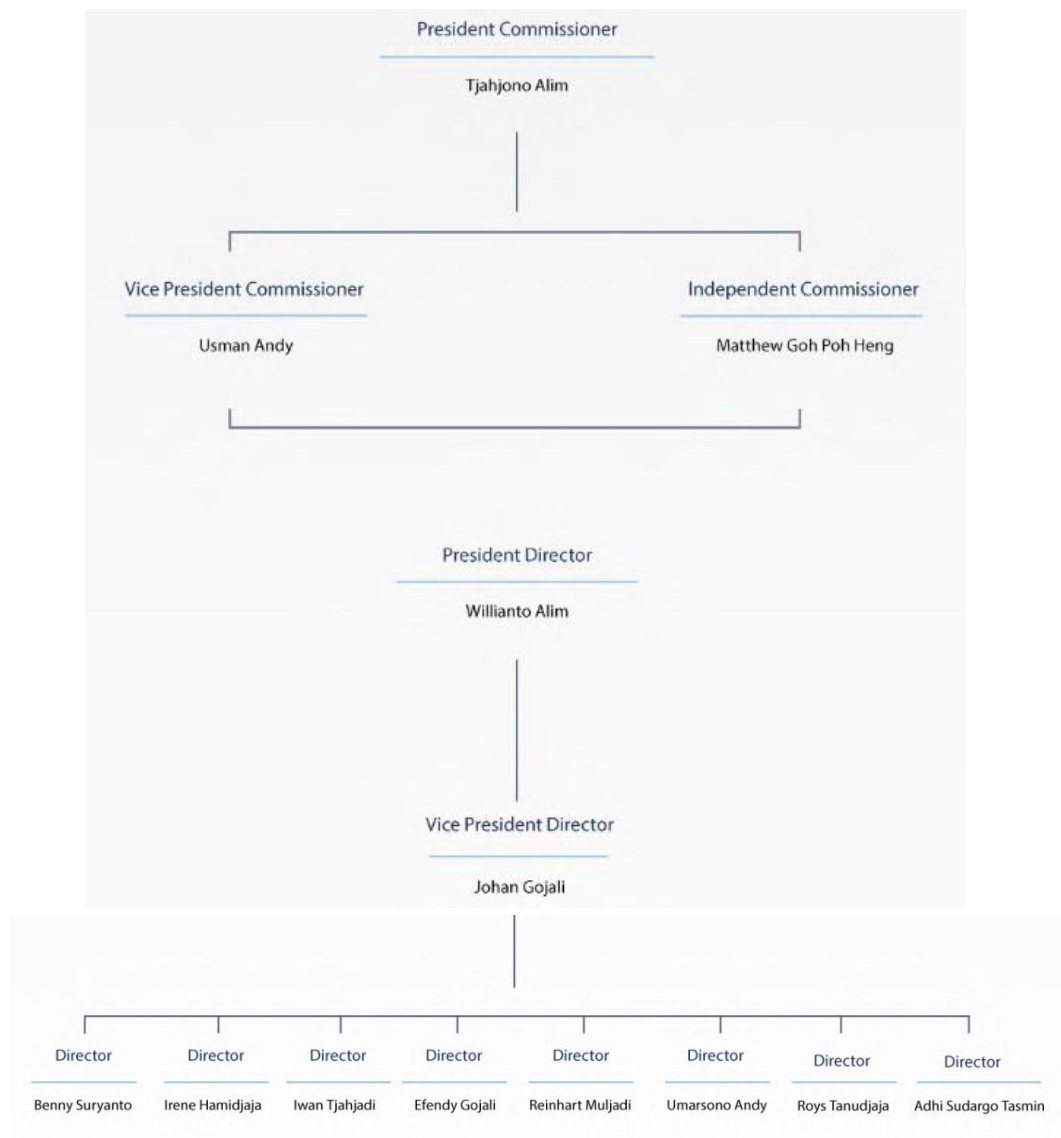
MISI

To be the 'all-in-one' solution for high quality bathroom products, to give a premium service for the satisfaction of our customers, and to maximize our stakeholders' value.

2.3 Struktur Organisasi PT. Surya Pertiwi Tbk

PT. Surya Pertiwi Tbk merupakan perusahaan distribusi produk *sanitary* yang telah berdiri selama lebih dari lima puluh tahun. Beroperasi sejak tahun 1968, perusahaan ini menjadi distributor tunggal resmi produk TOTO di Indonesia dan memiliki struktur organisasi yang mendukung operasional distribusi dan pemasaran berskala nasional. Struktur organisasi di PT. Surya Pertiwi Tbk terdiri sebagai berikut:

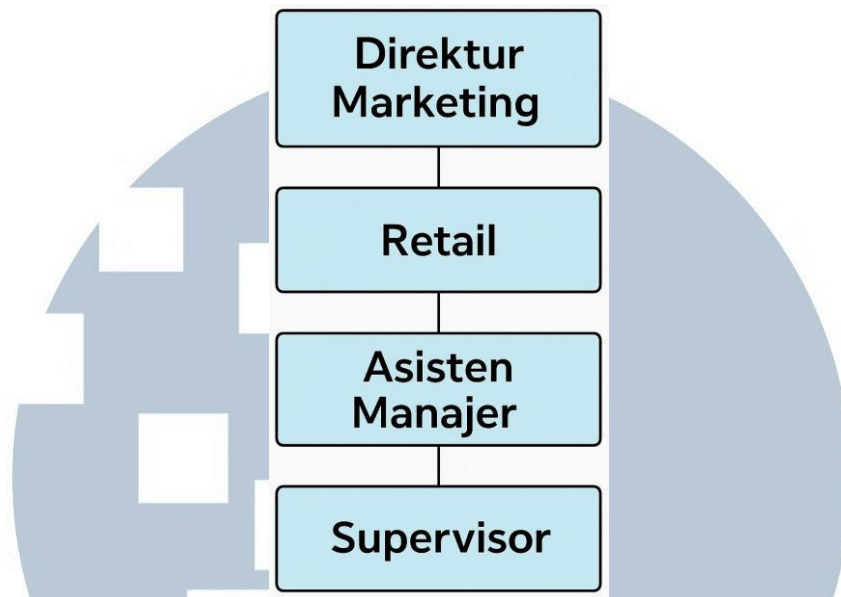
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Surya Pertiwi Tbk

Sumber: *website* [PT Surya Pertiwi Tbk » About](https://www.pt.suryapertiwi.co.id/about) (2025)

Sebagai perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 1968 dan menjadi distributor eksklusif produk TOTO asal Jepang, PT Surya Pertiwi Tbk memiliki struktur organisasi yang terstruktur dengan baik untuk mendukung operasionalnya yang luas. Dalam pengelolaan bisnisnya, perusahaan ini dipimpin oleh jajaran Direksi dan Komisaris yang profesional dan berpengalaman, serta membawahi berbagai divisi strategis seperti keuangan, operasional, proyek, dan pemasaran.



Gambar 2.2 Struktur Departemen *Marketing Brand Zanru*

Sumber: *Supervisor Zanru (2025)*

Divisi *Marketing* bertanggung jawab dalam mengembangkan dan menjalankan strategi pemasaran untuk mendukung pertumbuhan *brand*, meningkatkan *brand awareness*, serta mendorong penjualan produk, termasuk produk baru seperti Zanru. Divisi ini memiliki peran penting dalam pengembangan materi promosi, pelaksanaan *event*, serta strategi komunikasi pemasaran lainnya. Berikut penjabaran struktur dan peran setiap posisi:

A. Bapak Iwan Tjahjadi selaku direktur *Marketing*

Bertanggung jawab secara keseluruhan terhadap arah strategis pemasaran perusahaan. Menentukan *positioning brand*, menyetujui konsep kampanye promosi, dan mengawasi seluruh aktivitas pemasaran agar selaras dengan visi perusahaan. Dalam proses magang, posisi ini menjadi acuan dalam memahami tujuan besar strategi pemasaran Zanru.

B. Bapak Adi Bimo selaku Manajer *Retail Marketing*

Mengelola seluruh kegiatan pemasaran pada saluran ritel, termasuk peluncuran produk di toko, pengaturan visual *display*, serta penyelenggaraan *event* seperti pembukaan *booth*. Dalam kegiatan magang,

manajer ini memberikan arahan terkait strategi promosi langsung (*direct marketing*) dan aktivitas pemasaran di lapangan.

C. Bapak Ferry Anto selaku asisten Manajer *Marketing*

Bertugas membantu manajer dalam implementasi strategi pemasaran, koordinasi antar tim, serta mengelola pembuatan materi promosi seperti brosur, spanduk, hingga media sosial. Selama magang, saya banyak berinteraksi dengan asisten manajer untuk belajar menyusun materi kampanye dan melakukan observasi langsung terhadap promosi merek Zanru.

D. David Saputra selaku *Marketing Supervisor*

Mengawasi pelaksanaan aktivitas promosi harian, memastikan *booth* promosi berjalan sesuai rencana, serta memberikan pengarahan langsung kepada tim *sales*. Dalam kegiatan magang, *supervisor* menjadi pembimbing lapangan, terutama saat saya terlibat langsung sebagai *sales marketing* di *booth* Zanru.

