

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Transfarma Medica Indah

PT Transfarma Medica Indah merupakan bagian dari Grup Menarini, sebuah perusahaan biofarmasi terkemuka di dunia yang berpusat di Italia. Grup Menarini sendiri memiliki sejarah panjang dalam dunia farmasi, dimulai sejak tahun 1886 (Menarini Asia-Pacific, 2025).

PT Transfarma Medica Indah didirikan pada tanggal 12 Juli 1973. Sejak awal berdirinya, perusahaan ini telah berkomitmen untuk menyediakan solusi medis berkualitas tinggi bagi masyarakat Indonesia. Hal ini sejalan dengan visi Grup Menarini secara global, yaitu untuk meningkatkan kesehatan dan kualitas hidup masyarakat melalui inovasi ilmiah di bidang farmasi.



Gambar 2. 1 Logo Menarini Group

Sumber: Menarini Group (2025)

Seiring berjalannya waktu, PT Transfarma Medica Indah terus berkembang dan memperluas jenis produknya. Perusahaan ini tidak hanya fokus pada produksi obat resep, tetapi juga terlibat dalam pengembangan dan pemasaran obat bebas, vitamin, serta suplemen kesehatan. Beberapa produk terkenal dari PT Transfarma Medica Indah antara lain Transpulmin, Dermatix, dan Painkila.

2.2 Visi Misi PT Transfarma Medica Indah

PT Transfarma Medica Indah sebagai salah satu perusahaan farmasi multinasional memiliki visi dan misi sebagai berikut:

1) VISI

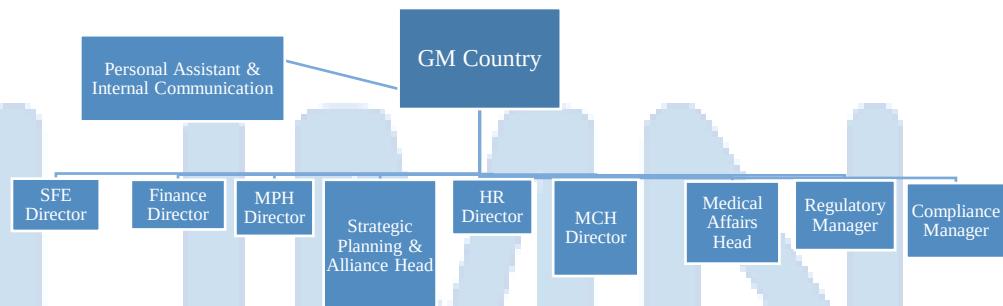
PT Transfarma Medica Indah memiliki visi "*Health, Our Commitment for Life*", yang mencerminkan aspirasi perusahaan untuk memberdayakan kehidupan yang lebih sehat dan bahagia. Perusahaan berupaya memajukan layanan kesehatan melalui portofolio terapeutik yang beragam.

2) MISI

Sebagai perusahaan farmasi multinasional, PT Transfarma Medica Indah berkomitmen terhadap *Brand Promise "Invigorating Lives"*. Janji ini mencerminkan dedikasi perusahaan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat di komunitas yang mereka layani. Aktivitas komunikasi pemasaran secara umum dilakukan melalui akun media sosial dari masing-masing brand, termasuk Instagram dan TikTok, untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menyampaikan informasi mengenai produk.

2.3 Struktur Organisasi PT Transfarma Medica Indah

Menarini Indonesia merupakan bagian dari Menarini Group, sebuah perusahaan farmasi multinasional terkemuka asal Italia yang didirikan pada tahun 1886 di Florence memiliki struktur organisasi yang dapat dilihat pada gambar berikut:



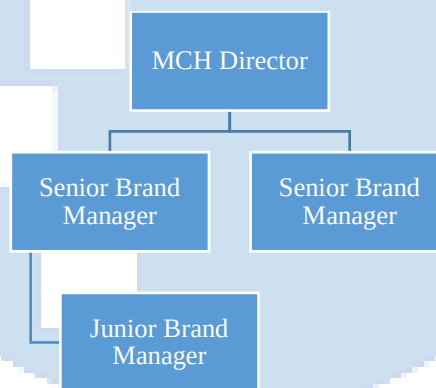
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Transfarma Medica Indah

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Menarini Indonesia merupakan anak perusahaan dari Menarini Asia-Pacific, bagian dari grup farmasi global Menarini yang memiliki jaringan distribusi dan operasional di lebih dari 100 negara. Struktur organisasi pada gambar mencerminkan susunan kepemimpinan di tingkat nasional yang dipimpin oleh General Manager (GM)

Country. Di bawah koordinasi GM, terdapat posisi Personal Assistant & Internal Communication yang berperan dalam mendukung kelancaran administrasi serta komunikasi internal organisasi. Struktur ini terdiri atas berbagai fungsi strategis, antara lain Direktur Keuangan, Direktur MPH, Kepala Perencanaan Strategis dan Aliansi, Direktur SFE, Direktur Sumber Daya Manusia, Kepala Urusan Medis, Direktur MCH, Manajer Regulasi, serta Manajer Kepatuhan.

Sedangkan di bawah divisi MCH Director ada Departemen Marketing Communication seperti yang terlihat di Gambar 2.3



Gambar 2.3 Struktur Departemen MCH Director

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Divisi Marketing Communication merupakan bagian dari Departemen Menarini Consumer Healthcare (MCH). Departemen ini berperan penting dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi komunikasi pemasaran untuk produk-produk *Consumer Healthcare*, termasuk *brand* unggulan seperti *Transpulmin*. Berikut adalah struktur internal dari departemen ini:

A. MCH Director

Merupakan atasan utama dari seluruh aktivitas di Departemen Marketing Communication. Bertanggung jawab atas pengawasan strategis, pengambilan keputusan utama, dan sinergi antara pengembangan produk dan strategi pemasaran dalam lingkup *Consumer Healthcare*.

B. Senior Brand Manager

Memiliki tanggung jawab utama dalam merancang strategi pemasaran dan brand positioning untuk produk utama seperti Transpulmin dan Dermatix. Senior Brand Manager juga mengelola anggaran pemasaran, menyusun rencana kampanye, dan berkoordinasi dengan berbagai departemen seperti Medical, Sales, dan Regulatory. Dalam kegiatan magang, posisi ini berperan sebagai pembimbing utama, memberikan penugasan serta evaluasi terhadap kontribusi dan hasil kerja peserta magang.

C. Junior Brand Manager

Mendukung implementasi dari strategi yang telah dirancang oleh Senior Brand Manager. Bertugas dalam aktivitas operasional harian, termasuk koordinasi dengan agensi, monitoring performa campaign, serta pelaporan kinerja *brand*. Junior Brand Manager juga terlibat dalam pengumpulan data pasar dan analisis tren konsumen. Dalam proses magang, posisi ini menjadi pendamping harian peserta magang dan menjembatani komunikasi antara tim internal dengan pihak eksternal dalam aktivitas proyek.

Selama menjalani proses magang, mahasiswa diberikan kepercayaan untuk terlibat langsung dalam berbagai aktivitas pemasaran digital, antara lain pengelolaan KOL, pembuatan konten TikTok, koordinasi materi promosi dengan Tim Regulatory, monitoring kompetisi TikTok, koordinasi webinar, dukungan pelatihan produk, serta pemantauan aktivitas KOL Mega, Makro, dan juga Nano.