

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan**

Setiap perusahaan memiliki latar belakang dan sejarah yang menjadi dasar dalam perkembangan serta keberlangsungan usahanya. Profil dan sejarah memberikan gambaran mengenai identitas, bidang usaha, serta perjalanan yang telah di tempuh hingga sekarang. PT Borden Eagle (Cap Lang) merupakan perusahaan farmasi yang dikenal luas melalui berbagai produk kesehatannya. Berikut profil dan sejarah mengenai PT Borden Eagle Indonesia (Cap Lang) sebagai tempat pelaksanaan magang penulis.

##### **2.1.1 Profil Perusahaan**

PT. Borden Eagle Indonesia atau yang lebih dikenal dengan nama Cap Lang adalah perusahaan farmasi yang berdiri sejak tahun 1973. Perusahaan Cap Lang konsisten dalam menyediakan produk-produk farmasi OTC (*Over The Counter*) yang berkualitas, aman dan mudah di akses oleh masyarakat. PT Borden Eagle Indonesia yang merupakan kantor manajemen dan pemasaran yang berlokasi di kawasan BSD, Tangerang Selatan, tepatnya di Trembesi Office Tower lantai 9, merupakan bagian dari Borden Company (Private) Limited yang berpusat di Singapura. Sedangkan untuk kegiatan produksi dan distributor produk Cap Lang berada dibawah entitas PT Eagle Indo Pharma yang berlokasi di Jl. Prabu Siliwangi Desa, Alam Jaya, Kota Tangerang. Fasilitas tersebut berfungsi sebagai pusat manufaktur sekaligus gudang distribusi untuk memasok produk ke berbagai wilayah di Indonesia. Pemilik dari Cap Lang adalah Edy H. Tjugito, yang menjabat sebagai Presiden Direktur PT Eagle Indo Pharma dan PT Borden Eagle Indonesia.

Terdapat berbagai produk andalan Cap Lang, seperti Minyak Kayu Putih Cap Lang, Balsem Lang, Balsem Otot Geliga, Telon Lang, Minyak Angin Lang serta Minyak Gosok Pijak Urut (GPU), yang membuat Cap Lang sebagai pemimpin pasar dalam kategori *rubs & balm* di Indonesia. Hal tersebut diakui dengan adanya sejumlah penghargaan seperti ISCA, *TOP BRAND*, *BEST BRAND*, hingga pemecahan Rekor MURI dan penghargaan lainnya.



Gambar 2. 1 Logo Cap Lang  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Visi dari perusahaan Cap Lang adalah menjadi perusahaan produk kesehatan konsumen dengan pertumbuhan berkesinambungan yang menyediakan produk-produk unggulan dan inovatif bagi pelanggan, kesempatan untuk berkembang bagi para pemangku kepentingan dan bernilai tinggi bagi pemegang saham. Sedangkan misi perusahaan Cap Lang adalah menghadirkan produk-produk yang inovatif untuk kehidupan yang lebih baik. (PT Borden Eagle Indonesia, 2024)

### 2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Borden Eagle Indonesia atau yang lebih dikenal dengan nama Cap Lang adalah perusahaan farmasi yang berdiri sejak tahun 1973. PT Borden Eagle Indonesia merupakan bagian dari Borden Company (Private) Ltd yang berpusat di Singapura. Saat ini, PT Borden Eagle Indonesia berlokasi di kawasan BSD, Tangerang Selatan, tepatnya di Trembesi Office Tower lantai 9.

Berdasarkan data dari Perusahaan, sejarah perusahaan ini dimulai pada awal abad ke-20, ketika seorang ahli kimia asal Jerman bernama Wilhelm Hauffmann, menciptakan berbagai formulasi obat yang kemudian dibawa ke Singapura. Awal dari kehadiran produknya ditemukan dalam sebuah iklan koran untuk peluncuran produknya yaitu “*Cureall Pain Balm*” yang di terbitkan di *The Malaya Tribune* pada 15 Februari 1916.

Pada sekitar tahun 1920an, Tan Jim Lay, keturunan dari Tan Queen Lan yang dikenal sebagai pengusaha dan dermawan terkemuka di Singapura, mendirikan usaha perdagangan dengan nama J. Lea & Co. Melalui perusahaan ini Tan Jim Lay menjalin kemitraan dengan Wilhelm Hauffmann untuk mengimpor sekaligus mendistribusikan produk-produk Eagle Brand, seperti *Hauffmann's Lemon Draught* dan *Eagle Pain Balm*, melalui perusahaan dagang J. Lea & Co.

Sekitar tahun 1935, Tan Jim Lay selaku pemilik tunggal J. Lea & Co, mengambil alih formulasi minyak obat, binis, dan merek dagang milik Wilhelm Hauffmann. Setelah diakusisi, Tan Jim Lay mulai mengembangkan usahanya dengan memproduksi berbagai jenis produk kesehatan secara lokal di Singapura.

Pada 3 Mei 1948, Tan Jim Lay bersama rekannya mendirikan sebuah perusahaan baru yang diberi nama J. Lea & Company Limited di Singapura. Tidak lama setelah itu, pada 28 Mei 1948, Tan Jim Lay menjual *goodwill* binis J. Lea & Co, yang mencakup merek dagang, pola, formula, dan hak penggunaan nama perusahaan, kepada J. Lea & Company Limited.

Pada 26 Maret 1960, Tan Jim Lay bersama dengan lima mitra bisnisnya, yaitu Lim Chee Hoon, Chew Jin Sian, Yeo Boon Hong, Lim Kheng Puan dan Wong Ng, mereka mendirikan perusahaan bernama Borden Company Limited. Kemudian, pada tahun 1969, perusahaan tersebut resmi berganti nama menjadi Borden Company (Private) Limited dan mulai memperluas jangkauan usahanya ke negara-negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, dan Vietnam.

Pada Akhir 1960-an, Chew Jin Sian memperkenalkan produk Minyak Angin Cap Lang ke Indonesia. Produk ini berhasil meraih posisi teratas di pasarnya hanya dalam waktu lima tahun, bahkan tanpa ada promosi maupun iklan. Kemudian untuk memperkuat posisinya di Indonesia, pada 23 Mei 1973 didirikannya PT Eagle Indo Pharma yang berlokasi di Tangerang sebagai pusat untuk memperluas produksi dan distribusi ke seluruh kepulauan di Indonesia.

Pada dekade 1970-an, akibat dari perang Vietnam, banyak warga Vietnam yang bermigrasi ke Amerika Serikat, Eropa, Kanada, dan Australia. Efek dari perpindahan ini, membuat Minyak Angin Cap Lang masuk dan dikenal di berbagai pasar baru di kawasan Barat. Pada periode yang sama, Yeo Boon Hong diangkat sebagai Direktur Utama pada tahun 1973 dan menjabat hingga 1955, menjadikannya sebagai sosok pemimpin dengan masa jabatan terpanjang dalam perusahaan.

Memasuki era 1980 - 1900an, kepemimpinan perusahaan beralih dari para pendiri Borden Company (Private) Limited kepada generasi penerus keluarga, dengan tetap mempertahankan budaya mentoring yang kuat. Di masa ini juga, perusahaan memperkokoh pasar yang telah ada, sekaligus aktif memperluas jangkauan ke pasar internasional baru.

Pada tahun 2002, gedung milik Borden Company (Private) Limited di Jalan Kilang Redhill, Singapura dikembangkan dari pabrik satu lantai menjadi gedung industri modern setinggi 7 lantai yang sesuai dengan standar Good Manufacturing Practice (GMP). Berkat dari adanya fasilitas manufaktur yang canggih, membuat kapasitas produksi bertambah hingga 3 kali lipat, sekaligus mendukung ekspansi perusahaan ke pasar global.

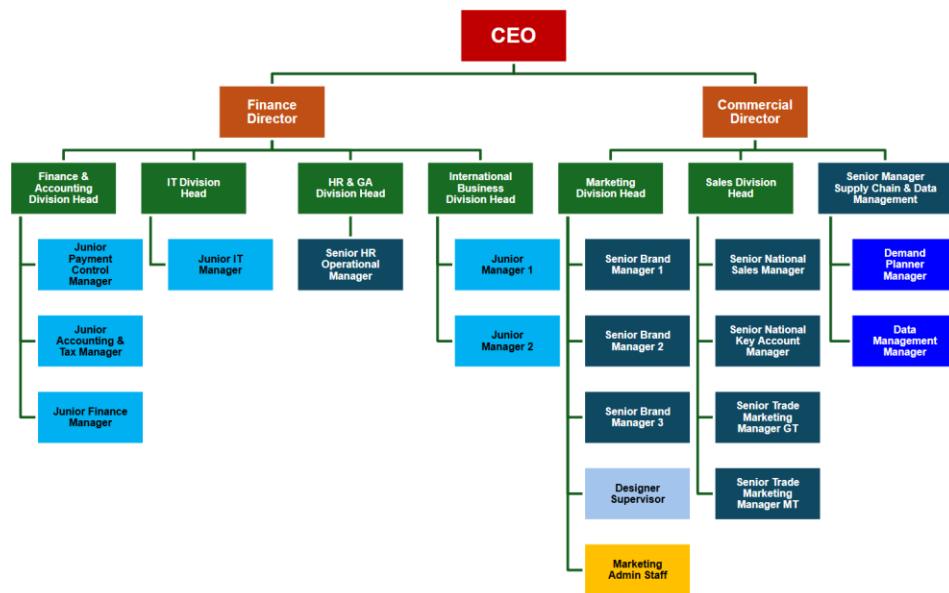
Perusahaan berhasil meraih Enterprise 50 Award selama 6 tahun berturut-turut dan SME 500/1000 Award selama 7 tahun. Selain itu, perusahaan juga mendapatkan penghargaan tertinggi di ajang Enterprise 50 Awards sebagai bukti atas visi, kewirausahaan, dan kontribusinya terhadap perkembangan ekonomi Singapura.

Restrukturisasi besar dilakukan pada 28 Maret 2018 dengan membentuk tiga entitas, yaitu Borden Eagle Singapore Pte Ltd, Wilhelm Hauffmann & Company Pte Ltd, dan PT Borden Eagle Indonesia. Keputusan ini diambil untuk memisahkan kepemilikan dari manajemennya, sekaligus memperkuat nilai transparasi, tanggung jawab, inovasi, serta kolaborasi untuk mendorong perusahaan berkembang lebih maju kedepannya.

Sejak 2021 hingga saat ini, Borden Eagle Group terus memperluas jaringan distribusi, tidak hanya di Asia Selatan, tetapi juga ke Afrika dan Timur Tengah. Melalui strategi riset, pengembangan, dan akuisisi regional. Perusahaan ini berhasil menambah portofolio produknya, termasuk dengan mengakuisisi merek obat legendaris Sloan's Liniment pada 19 Mei 2021. (PT Borden Eagle Indonesia, 2024)

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut ini merupakan struktur organisasi PT Borden Eagle Indonesia (Cap Lang) :



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Struktur organisasi perusahaan dipimpin oleh seorang CEO (*Chief Executive Officer*) sebagai jabatan tertinggi. Di bawah CEO terdapat dua direktur, yaitu Direktur Keuangan dan Direktur Komersial. Dari kedua Direktur ini dibawahi oleh 7 divisi yaitu Finance & Accounting, IT, International Business, Human Resources, Marketing, Sales dan Supply Chain. Berikut adalah detail tugas masing-masing anggota berdasarkan bagan struktur organisasi perusahaan PT Borden Eagle Indonesia :

**1. Chief Executive Officer (CEO)**

Memimpin perusahaan secara keseluruhan dan memastikan pertumbuhan serta keberhasilan jangka panjang

**2. Finance Director**

Bertanggung jawab atas kesehatan keuangan perusahaan serta mendukung strategi bisnis melalui analisis dan pengelolaan keuangan.

**3. Finance & Accounting Division Head**

Menjamin kelancaran proses keuangan, kepatuhan pajak, serta akurasi laporan perusahaan.

**4. IT Division**

Mengelola sistem teknologi informasi, menjaga keamanan data, serta mendukung kelancaran operasional perusahaan.

**5. HR & GA Division**

Memastikan ketersediaan SDM yang kompeten, mengelola administrasi umum, serta mendukung kelancaran operasional perusahaan.

**6. International Bussines Division Head**

Mengembangkan jaringan pasar internasional, memperluas peluang bisnis global, serta menjaga hubungan dengan mitra luar negeri.

**7. Comercial Director**

Merancang strategi komersial untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar, mengawasi divisi Marketing, Sales, Supply Chain &

Data Management, dan berkoordinasi dengan CEO untuk mencapai target bisnis.

8. Marketing Division

Menyusun strategi pemasaran dan promosi produk, mengawasi tim brand, desain dan administrasi marketing, serta menganalisis tren pasar dan perilaku konsumen.

9. Brand Manager

Mengelola citra serta strategi merek, merancang kampanye pemasaran, dan melakukan evaluasi efektivitas brand.

10. Designer Supervisor

Memimpin tim desain dalam mendukung kampanye marketing dan branding, serta memastikan hasil desain sesuai dengan standar perusahaan.

11. Marketing Admin Staff

Mendukung administrasi dan dokumentasi kegiatan pemasaran, serta mengelola data dan laporan aktivasi promosi.

12. Sales Division

Bertanggung jawab dalam peningkatan penjualan, perluasan pangsa pasar, serta pencapaian target pertumbuhan bisnis.

13. Supply Chain & Data management

Menjamin efisiensi rantai pasok, mengelola data operasional, serta mendukung pengambilan keputusan bisnis berbasis data.

### 2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai perusahaan farmasi yang fokus pada produk-produk OTC (Over The Counter). PT Borden Eagle Indonesia (Cap Lang) terus berinovasi dalam menghadirkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Berikut merupakan beberapa portofolio milik PT Borden Eagle Indonesia (Cap Lang).

#### 1. GELIGA x BFI RUN 2025

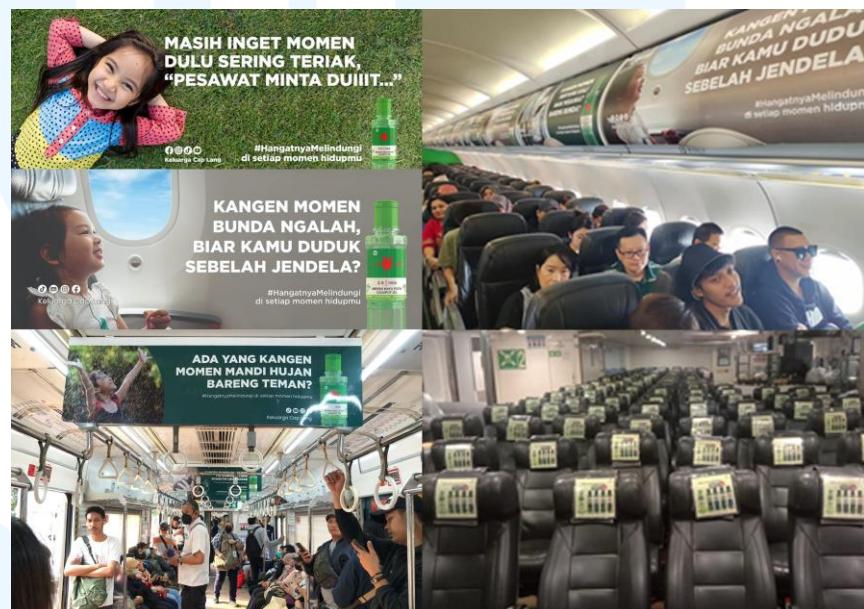


Gambar 2. 3 Aktivasi Brand Geliga pada Event BFI Run  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Produk Geliga merupakan balsem lang yang diformulasikan untuk meredakan pegal-pegal yang memberikan sensasi hangat yang muncul secara berulang selama kurang lebih 6 jam. Produk ini juga berhasil meraih sejumlah penghargaan, diantaranya *TOP BRAND* dan *ICSA 2017*. Geliga tersedia dalam tiga varian ukuran, yaitu 10,20,40 gram dan dapat digunakan untuk pemanasan sebelum olahraga, setelah beraktivitas fisik, maupun untuk meredakan keseleo. Geliga x BFI Run merupakan acara lari tahunan yang diselenggarakan oleh PT BFI Finance Indonesia Tbk pada 18 Mei 2025 di Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City. Kompetisi ini menghadirkan 3 kategori lomba, yaitu Half Marathon 21k, 10k dan 5k, serta mengusung tema “*Elevate Your Potential*”. Dalam kegiatan ini, Geliga berperan sebagai brand partner melalui aktivasi di area *race village* yang meliputi *booth*, *recovery station* berupa layanan pijat gratis bagi pelari, serta menyediakan merchandise dan materi promosi. Booth Geliga menghadirkan permainan interaktif “Geliga Gun Game” yang memberikan pengalaman secara interaktif, sekaligus kesempatan untuk

mendapatkan hadiah *merchandise* berupa alat pijat/pin, kaos, hingga payung. Media promosi yang digunakan berupa *banner*, *brosur/leaflet*, aktivasi booth interaktif, serta dari konten digital melalui *instagram* (*post feed,reels,story*). Tujuan partisipasi Geliga dalam acara ini untuk meningkatkan “*brand awarness*” dikalangan komunitas olahraga, serta memperkuat citra produk sebagai solusi pereda nyeri otot.

## 2. Cap Lang Kayu Putih, Dari Generasi ke Generasi (Branding Transportasi Umum)



Gambar 2. 4 Aktivasi Kampanye Cap Lang Kayu Putih di transportasi umum  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Produk Minyak Kayu Putih merupakan minyak alami dari daun eucalyptus yang berguna untuk meringankan sakit perut, perut kembung, mual, sakit kepala, serta gatel akibat dari gigitan nyamuk. Minyak Kayu Putih juga memberikan sensasi hangat yang membantu meredakan masuk angin. Minyak Kayu Putih tersedia dalam kemasan botol dan varian roll on. Cap Lang Kayu Putih menghadirkan kampanye dengan tema “Generasi ke Generasi” yang menekankan pesan 100% Kayu Putihnya Hangtanya Melindungi Keluarga Indonesia. Salah satu bentuk implementasi

kampanye ini adalah melalui branding pada berbagai transportasi umum seperti kereta api (KAI), pesawat, dan kapal. Pada kereta, pesan kampanye di letakan di *hanging alley* dan *inside door*. Pada pesawat branding dipasang di *area cabin compartment*. Pada kapal penumpang, identitas visual Cap Lang di tampilkan melalui *cover seat* pada kursi, serta pemasangan *flag banner* di area dermaga. Strategi kampanye ini membuat Cap Lang hadir lebih dekat dengan masyarakat dalam aktivitas sehari - hari, sekaligus memperkuat citra sebagai produk yang terus melindungi keluarga Indonesia secara turun-temurun.

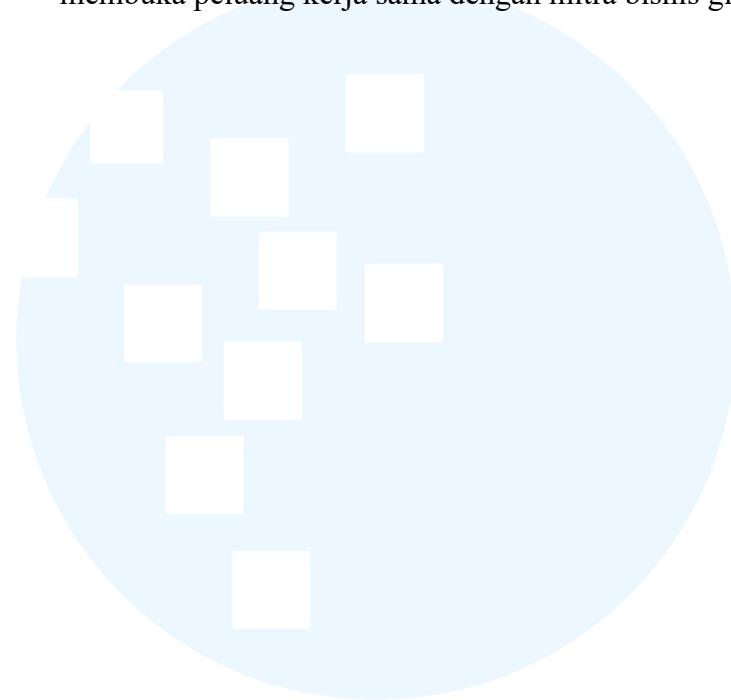
### 3. Cap Lang Booth, Trade Expo Indonesia 2024



Gambar 2. 5 Booth Cap Lang pada Trade Expo Indonesia  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Cap Lang mengikuti ajang yang berlangsung pada 9-12 Oktober 2024 di Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City. Dalam acara ini Cap Lang menghadirkan booth yang menampilkan produk-produk seperti Minyak Kayu Putih Cap Lang, GPU, Geliga, Telon Lang, dan Ifree. Booth ini dirancang sebagai sarana promosi sekaligus interaksi langsung dengan konsumen dan mitra bisnis. Elemen desain yang ditampilkan berupa poster yang di aplikasikan

pada panel dinding booth. Melalui partisipasi dalam pameran TEI 2024 ini, Cap Lang bertujuan untuk memperkuat citra brand di kancah nasional maupun international, memperluas jaringan pasar, membuka peluang kerja sama dengan mitra bisnis global.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA