

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Siloam Hospitals

PT Siloam International Hospitals Tbk merupakan rumah sakit swasta terbesar dan terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini memiliki kantor pusat yang berada di Lippo Village, Tangerang dan berada di dalam naungan Lippo Group yang didirikan oleh Mochtar Riady.



Gambar 2.1 Logo Siloam Hospitals

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Siloam Hospitals telah berdiri sejak tahun 1996 dengan nama PT Siloam Gleneagles Health Care, sebagai hasil kerja sama dengan Parkway Hospitals (Fadilah, 2024). Dua tahun kemudian, Parkway melepas kepemilikan sahamnya sehingga kepemilikan perusahaan beralih kepada Lippo Group. Ekspansi pertama dilakukan dengan mengakuisisi RS Graha Medika di Kebon Jeruk dan RS Budi Mulia yang berada di Surabaya, serta mendirikan rumah sakit baru di Lippo Cikarang.

Di tahun 2000, terjadi konsolidasi besar di mana PT Siloam Gleneagles Health Care bergabung dengan PT Baligraha Medikatama Tbk, yang selanjutnya nama perusahaan berganti menjadi PT Siloam Health Care Tbk. Empat tahun kemudian, rumah sakit ini dialihkan pada PT Lippo Karawaci Tbk melalui proses *merger*, yang membuat merek dan operasional Siloam menjadi sepenuhnya dikelola oleh Lippo Karawaci. Namun, Lippo Group kembali merestrukturisasi rumah sakit Siloam pada tahun 2010, dengan menjadikan anak perusahaan Lippo Karawaci bernama PT Sentralindo Wirasta sebagai entitas pengendali seluruh rumah sakit Siloam

Hospitals. Di tahun ini, terjadi perubahan nama perusahaan menjadi PT Siloam International Hospitals Tbk yang digunakan hingga saat ini.

Di tahun 2013, Siloam resmi mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan melepas sebanyak 13,5% saham kepada publik dengan harga Rp 9.000 per lembar saham (Fadilah, 2024). Langkah ini menunjukkan transformasi Siloam sebagai perusahaan yang profesional dan transparan dalam pengelolaan bisnisnya. Hingga saat ini, Siloam terus memperluas jaringannya di berbagai daerah dan telah memiliki sebanyak 41 rumah sakit dan 73 unit klinik yang tersebar di berbagai kota di Indonesia (Siloam Hospitals, 2025).

Selain itu, Siloam Hospitals juga menghadirkan layanan *Siloam at Home* yaitu layanan *homecare* yang memungkinkan pasien memperoleh pelayanan kesehatan secara komprehensif dan terintegrasi langsung di rumah, sesuai dengan standar rumah sakit Siloam. Layanan *Siloam at Home* mencakup berbagai kebutuhan medis seperti perawatan luka, fisioterapi, *speech therapy*, catering sehat, perawatan bersalin dan pascaoperasi, perawatan kanker, tes laboratorium dan *medical check-up*, vaksinasi anak dan dewasa hingga layanan tes COVID-19. Inovasi ini merupakan bentuk komitmen Siloam dalam menghadirkan layanan kesehatan yang mudah diakses, berkualitas, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.

2.2 Visi Misi Siloam Hospitals

Siloam Hospitals memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi:

- *International Quality*: Memberikan pelayanan kesehatan yang unggul sesuai standar nasional maupun internasional.
- *Reach*: Komitmen untuk memperluas akses layanan kesehatan di seluruh Indonesia, termasuk hingga ke wilayah terpencil.
- *Scale*: Memberikan dampak positif bagi masyarakat luas dengan menghadirkan layanan kesehatan yang inklusif dan memenuhi kebutuhan kesehatan seluruh lapisan masyarakat tanpa memandang latar belakang.

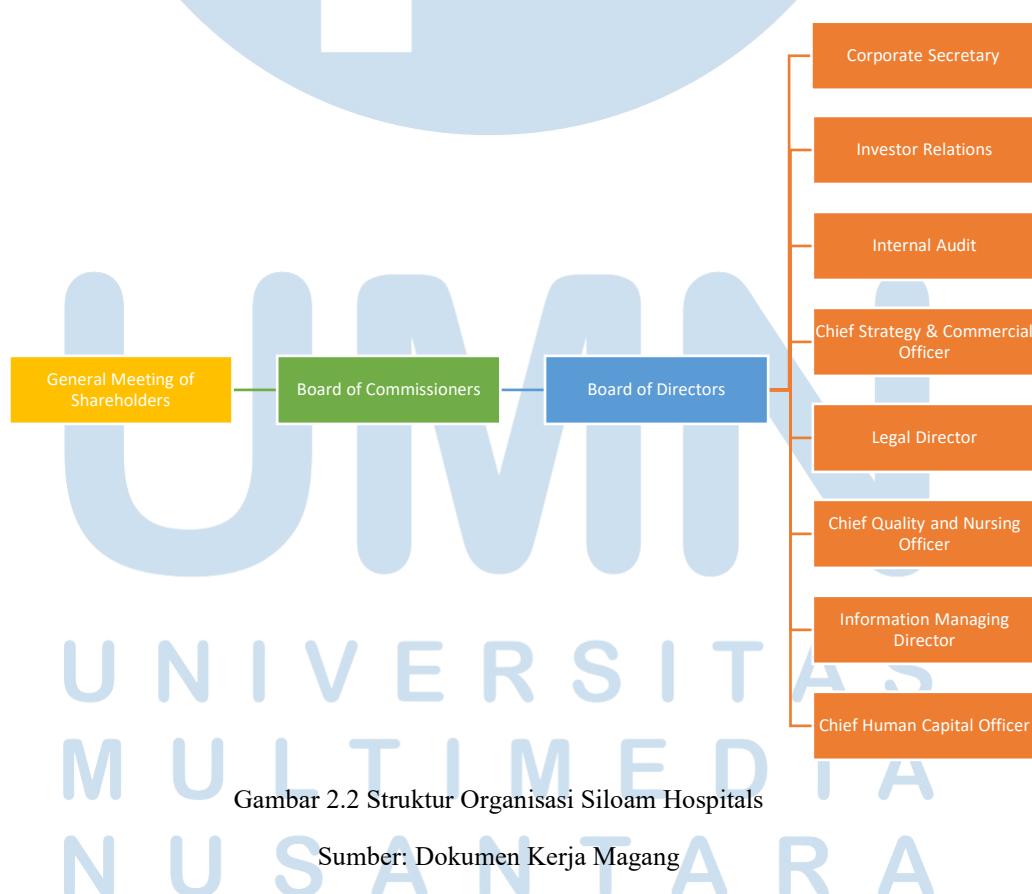
- *Godly Compassion:* Menempatkan pasien sebagai pusat pelayanan dengan mengedepankan prinsip kesehatan holistik, mencakup pemulihan fisik, jiwa, dan rohani.

Misi:

The trusted destination of choice for holistic world class healthcare, health education and research.

2.3 Struktur Organisasi Siloam Hospitals

PT Siloam International Hospitals Tbk memiliki struktur organisasi yang disusun untuk menggambarkan secara jelas pembagian peran, tanggung jawab, serta hubungan kerja antarbagian di dalam perusahaan. Struktur ini dirancang untuk mendukung kelancaran operasional dalam mencapai tujuan perusahaan. Gambar 2.2 merupakan bagan struktur organisasi PT Siloam International Hospitals Tbk.



Board of Directors Siloam Hospitals memiliki tanggung jawab penuh dalam mengelola operasional dan kegiatan bisnis harian perusahaan. Dalam mendukung tugas operasional yang kompleks ini, Dewan Direksi didukung oleh sejumlah posisi eksekutif seperti, Corporate Secretary, Investor Relations, Internal Audit, Chief Strategy & Commercial Officer, Legal Director, Chief Quality and Nursing Officer, Information Managing Director, dan Chief Human Capital Officer yang masing-masing memiliki peran dan tanggung jawab spesifik di bidangnya untuk memastikan seluruh kegiatan perusahaan berjalan efektif.



Gambar 2.3 Struktur Departemen Marketing

Sumber: Dokumen Kerja Magang

Selanjutnya posisi Partnership Event Intern berada di Divisi Partnership, yang merupakan bagian dari Departemen Marketing. Departemen ini langsung dipimpin oleh Marketing General Manager Siloam Hospitals, dengan struktur yang terdiri dari beberapa posisi dengan fungsi sebagai berikut:

A. Partnership Head

Partnership Head bertanggung jawab dalam mengembangkan dan membangun kerja sama strategis dengan berbagai pihak eksternal, termasuk dengan *brand*, penyelenggara acara, dan institusi perbankan. Partnership Head memiliki wewenang untuk memutuskan apakah suatu tawaran kerja sama layak diterima

atau ditolak. Selain itu, Partnership Head bertugas untuk memastikan bahwa setiap kerja sama yang terjalin dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan memimpin Tim Partnership dalam mencapai target KPI yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaannya, Partnership Head dibantu oleh Partnership Executive, Partnership Associate dan Partnership Event Intern dalam melaksanakan strategi yang telah ditetapkan.

Partnership Executive diberikan tanggung jawab untuk mengelola keseluruhan proses kerja sama dengan *brand* dan penyelenggara acara eksternal. Bentuk kerja sama dengan penyelenggara acara dilakukan melalui penyediaan *medical support* seperti ambulans dan tenaga kesehatan pada kegiatan *sport event*. Sementara itu, kerja sama dengan *brand* diwujudkan dalam bentuk penawaran bagi merek untuk melaksanakan *marketing campaign* di lingkungan Siloam Hospitals.

Partnership Associate bertanggung jawab mengelola hubungan kerja sama antara Siloam Hospitals dengan institusi perbankan. Tanggung jawab utamanya meliputi pengaturan dan pemantauan program kerja sama untuk pemberian promo bagi nasabah bank seperti promo *medical check-up* dan promo pengecekan kesehatan lainnya. Partnership Associate juga bertanggung jawab dalam menyusun dan mengelola Perjanjian Kerja Sama (PKS), mulai dari tahap penyusunan dokumen, koordinasi dengan tim legal, hingga pemantauan masa berlaku kerja sama.

Selanjutnya, peran Partnership Event Intern bertugas untuk membantu Partnership Executive dalam menangani seluruh proses kemitraan dengan penyelenggara acara, mulai dari persiapan hingga implementasi di lapangan. Dalam pelaksanaannya, Intern akan ditunjuk sebagai *Person in Charge (PIC)* untuk acara tertentu, dengan tanggung jawab utama berupa koordinasi dengan pihak penyelenggara acara serta pihak internal yaitu rumah sakit cabang Siloam yang terlibat dalam kegiatan tersebut.

B. Head of Content

Head of Content memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola seluruh materi konten yang digunakan untuk kegiatan pemasaran

Siloam Hospitals, termasuk konten di media sosial resmi Siloam. Head of Content bertugas untuk memastikan seluruh konten yang dipublikasikan, baik dalam bentuk artikel, desain grafis, maupun video, selaras dengan identitas Siloam. Dalam pelaksanaannya, Head of Content bekerja sama dengan tim yang terdiri dari Content Producer, Copywriter, dan Social Media Strategy untuk memastikan seluruh konten yang dihasilkan mendukung tujuan komunikasi perusahaan.

Selain itu, terdapat koordinasi antara Divisi Content dan Partnership dalam pelaksanaan *event*. Saat acara berlangsung, Divisi Content bertanggung jawab membuat konten untuk dipublikasikan di media sosial Siloam Hospitals. Pada acara berskala besar, Tim Konten akan hadir di lokasi untuk mendokumentasikan acara secara langsung. Namun, untuk acara berskala kecil, Tim Partnership yang bertugas, termasuk Partnership Event Intern, akan membantu mendokumentasikan aktivitas di lokasi acara.

C. Head of Marketing Communication

Head of Marketing Communication bertanggung jawab untuk memantau seluruh kampanye pemasaran di Siloam Hospitals untuk memastikan kampanye tersebut berjalan dengan efektif dan optimal, sehingga memberikan dampak positif bagi perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, Head of Marketing Communication didukung oleh tim yang terdiri atas Brand Head & Staff, Creative Executive, Marcomm Executive, Marcomm Staff, Videographer, dan Copywriter.

Divisi Marketing Communication berperan penting dalam mendukung kegiatan promosi dan *branding* perusahaan, termasuk dalam pelaksanaan berbagai *event* yang diselenggarakan oleh Tim Partnership. Koordinasi antara Divisi Marketing Communication dan Partnership dilakukan pada tahap *pre-event*. Pada tahap ini, Tim Marketing Communication membantu pembuatan seluruh kebutuhan desain visual, seperti desain *booth*, *vest*, *banner*, *backdrop*, dan materi promosi digital lainnya yang berkaitan dengan *branding* Siloam Hospitals di acara tersebut. Selain itu, Tim Marketing Communication juga

membantu proses *copywriting* untuk materi visual, untuk memastikan pesan yang disampaikan dalam desain konsisten dengan identitas perusahaan.

