

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Mecosin Indonesia merupakan perusahaan farmasi yang didirikan pada tahun 1960 di Bandung. Awalnya, perusahaan ini bernama *Medicinal and Cosmetic Industries*, yang kemudian disingkat menjadi PT Mecosin Indonesia. Sejak berdiri, perusahaan ini berkomitmen untuk terus berinovasi mengembangkan berbagai produk kesehatan berkualitas, mulai dari obat tradisional, obat OTC, hingga obat *Ethical*. Salah satu produk andalannya yang sudah sangat dikenal luas oleh masyarakat Indonesia adalah Laserin. Saat ini, operasional PT Mecosin Indonesia dipimpin oleh Ibu Yurita Tjahaja sebagai *President Director* bersama Bapak Budi Hermawan sebagai *Operational Director*.

Awal mula berdirinya PT Mecosin Indonesia tak lepas dari kisah Ibu Lim Djoei Nio, seorang peramu obat batuk dan asma tradisional. Ceritanya dimulai pada tahun 1931, ketika suami beliau, Bapak Oei Kim Hiem, terserang batuk parah dan asma yang mengkhawatirkan. Karena saat itu obat yang ampuh masih sangat langka, Ibu Lim tergerak untuk meracik sendiri tanaman herbal demi kesembuhan suaminya. Berkat ketekunan dan keberaniannya mengulik berbagai formula, beliau akhirnya berhasil menciptakan ramuan yang manjur sekaligus aman tanpa efek samping.

Karena dinilai ampuh, efektif, dan aman tanpa efek samping, obat batuk ciptaan Ibu Lim Djoei Nio banyak digunakan oleh keluarga, kenalan, hingga kalangan relasi terdekat. Banyak orang yang mulai merasakan manfaat dari obat ini, sehingga obat batuk ciptaan beliau mempunyai banyak sekali peminat. Melihat respon positif tersebut, beliau bersama anaknya mulai terpikir untuk memperkenalkan ramuan herbal ini ke jangkauan yang lebih luas. Agar produknya lebih ikonik dan mudah diingat oleh masyarakat, akhirnya terpilihlah nama Laserin sebagai identitas resmi obat batuk tradisional mereka.



Gambar 2.1 Logo brand Laserin & Produk Laserin

Sumber: Google Drive Produk Mecosin

Proses pemasaran obat Laserin kemudian dilanjutkan oleh putra Ibu Lim Djoei Nio, yaitu Bapak Lim Hok Seng. Beliau membawa produk herbal ini menjelajahi berbagai daerah, mulai dari Padang hingga Payakumbuh. Tak disangka, masyarakat setempat memberikan sambutan yang sangat positif, bahkan membawa Laserin meraih penghargaan Medali Emas sebagai bentuk pengakuan atas khasiatnya yang manjur.

Melihat perkembangan obat Laserin yang semakin meluas dan memiliki banyak peminat ini, akhirnya diputuskan untuk mendirikan sebuah perseroan agar produksi bisa dilakukan dalam skala yang lebih besar. Pada tahun 1960, dibentuklah entitas bisnis bernama *Medicinal and Cosmetic Industries* atau yang disingkat menjadi PT Mecosin Indonesia.

Hingga kini, PT Mecosin Indonesia terus berkembang dan berinovasi dalam mengembangkan lini produknya. Perusahaan tidak lagi hanya memproduksi obat batuk Laserin, melainkan telah merambah ke berbagai sektor kesehatan dan juga kecantikan. Di kategori obat herbal, terdapat Laserin Madu untuk anak dan LUMA (Laserin Untuk Masuk Angin). Sementara di kategori suplemen kesehatan, mereka meluncurkan vitamin MecoVit, seperti MecoVit C Plus Zinc, MecoVit D3, MecoVit Go, MecoVit Calci, MecoVit Grow, MecoVit Gain, dan MecoVit Immune, serta suplemen herbal Herbatusauda. Selain itu, pada kategori asi booster,

hadir pelancar ASI bermerek Lancar Asi dan Lancar Asi Plus DHA, serta produk sabun mandi Beauty 360 untuk sektor kecantikan.



Gambar 2.2 Produk Shower Gel Beauty 360

Sumber: Google Drive Produk Mecosin



Gambar 2.3 Produk MecoVit GO dan MecoVit Calci

Sumber: Google Drive Produk Mecosin



Gambar 2.4 Produk MecoVit Grow, Gain dan Immune

Sumber: Google Drive Produk Mecosin



Gambar 2.5 Produk Lancar Asi Plus DHA dan Lancar Asi Regular

Sumber: Google Drive Produk Mecosin

2.1.1 Visi Misi

Tentunya PT Mecosin Indonesia memiliki visi misi yang dijadikan sebagai pedoman dalam mencapai tujuannya. Berikut adalah visi misi dari PT Mecosin Indonesia:

A. Visi

Dikutip berdasarkan isi website mecosin.id perusahaan ini memiliki visi yang berbunyi *“Continuously providing quality healthcare products to help people feel better and improve their quality of life”*. Visi ini mengartikan bahwa PT Mecosin Indonesia berkomitmen untuk menghadirkan produk kesehatan bermutu secara konsisten demi mendukung proses pemulihan serta meningkatkan standar taraf hidup masyarakat.

B. Misi

Dalam upaya mencapai visi tersebut, perusahaan menetapkan misi yang berbunyi *“To become an innovative company by creating diverse high-quality products; being efficient and fully automated in production process; revamping our products presence globally and by committing to maintain good governance practices”*. Misi ini mengartikan bahwa PT Mecosin Indonesia berupaya untuk terus berinovasi melalui produk berkualitas, mengoptimalkan efisiensi produksi berbasis teknologi otomatis, serta

memperluas jangkauan pasar global dengan tetap menjunjung tinggi prinsip tata kelola perusahaan yang baik,

C. Value

Selain memiliki visi misi, PT Mecosin Indonesia juga memiliki nilai-nilai utama (*core values*) yang menjadi acuan bagi karyawannya dalam bekerja. Nilai PT Mecosin Indonesia terdiri dari beberapa poin sebagai berikut:

1. *Help company to win*
2. *Continuously Increase the value of our business*
3. *Always make things better*
4. *Do something right when nobody watching*
5. *Spread Positivity*
6. *Get things done proudly*
7. *There is no Hero only the winning team*
8. *Respect for diversity*

2.1.2 Logo Perusahaan



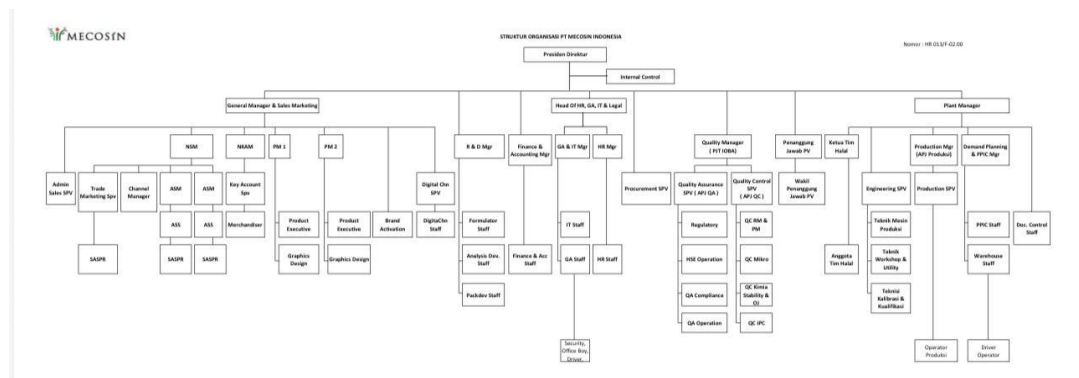
Gambar 2.1.2 Logo PT Mecosin Indonesia)

Sumber: Website PT Mecosin Indonesia

Logo PT Mecosin Indonesia menyimpan filosofi mendalam yang memadukan keindahan visual dengan representasi visi besar perusahaan. Kehidupan yang penuh harapan, keceriaan, dan kebersamaan dihadirkan melalui simbol matahari sebagai sumber kekuatan utama, yang bersanding harmonis dengan daun yang rindang sebagai lambang komitmen untuk selalu memberikan inspirasi serta manfaat nyata bagi sesama. Fondasi perusahaan digambarkan oleh batang yang besar dan akar yang kuat, mencerminkan semangat untuk terus bertumbuh secara mandiri dengan memaksimalkan potensi internal demi memberikan kontribusi terbaik bagi masyarakat luas. Menariknya, struktur batang

tersebut secara kreatif dibentuk menyerupai huruf "M", secara elegan menegaskan identitas PT Mecosin Indonesia sebagai pilar yang menopang seluruh nilai-nilai tersebut.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



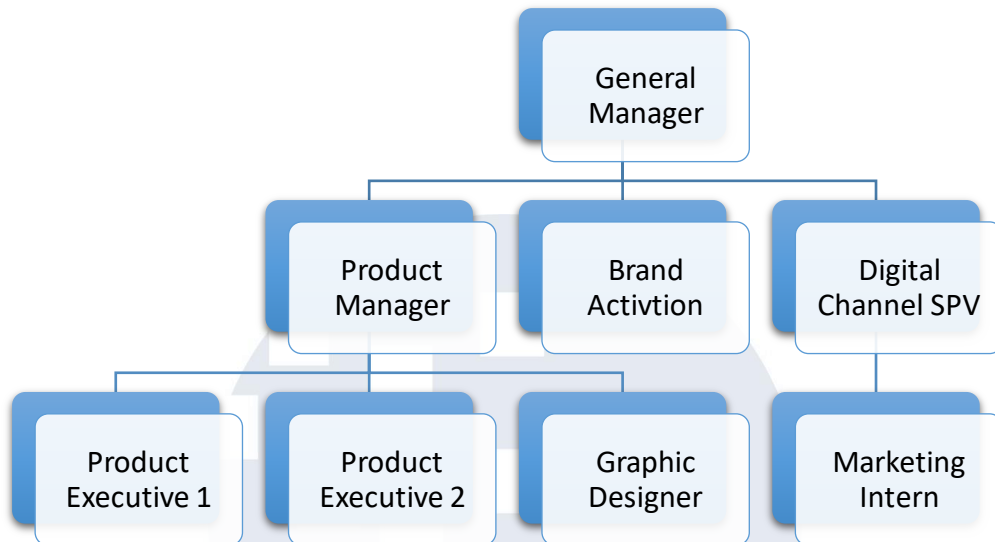
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Mecosin Indonesia

Sumber: Dokumen resmi perusahaan (2026)

Dari struktur organisasi PT Mecosin Indonesia ini, terlihat beberapa divisi dan para pihak yang bertanggung jawab pada divisi tersebut guna mendukung berjalannya proses bisnis perusahaan PT Mecosin Indonesia yang dipimpin oleh President Director dengan Internal Control. PT Mecosin Indonesia memiliki beberapa bagian utama, yaitu General Manager & Sales Marketing (yang membawahi sub divisi Sales, Marketing, dan Digital Channel), R&D Manager, Finance & Accounting Manager, Head of HR, GA, IT & Legal, Quality Manager (yang membawahi QA & QC), serta Plant Manager yang fokus pada area Production.

Dalam kerja magang ini sendiri, penulis berada di posisi Digital Marketing Intern yang diawasi dan dibimbing secara langsung oleh Ibu Lya Ainun Zahara dari Digital Channel Supervisor, dan dalam beberapa aktivitas akan dibantu oleh Bapak Wong Inte dari General Manager.

2.2.1 Bagan Marketing



Gambar 2.2.1 Bagan Marketing PT Mecosin Indonesia

Sumber: Olahan Penulis 2026

Untuk posisi Digital Channel sebagai pemegang dari divisi Digital Marketing berada langsung di bawah General Manager. Hal ini mengartikan bahwa segala pekerjaan dan kegiatan untuk keperluan promosi digital diawasi dan diamati langsung oleh General Manager. Selain itu Supervisi Digital Channel juga perlu melakukan laporan rutin kepada General Manager mengenai perkembangan media sosial maupun data penjualan di *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia.

Dalam bagan menjelaskan bahwa penulis sebagai staf magang dengan posisi Digital Marketing merupakan salah satu bagian dari lingkup besar divisi Marketing dan berada langsung di bawah bimbingan Supervisi Digital Channel yaitu Lya Ainun Zahara. Digital Channel juga termasuk ke dalam divisi Marketing namun fokus pada komunikasi digital atau digital marketing.

Komunikasi dalam media digital ini menurut Junaedi dan Sukmono (2019) merupakan aktivitas pertukaran pesan berbasis internet yang mengutamakan aspek interaktivitas, keterbukaan informasi, dan partisipasi aktif pengguna.

2.3 Portfolio Perusahaan

2.3.1 Penghargaan dan Pencapaian Perusahaan

PT Mecosin Indonesia berhasil membangun ekuitas merek yang kuat di pasar nasional melalui kualitas produk unggulannya. Salah satu pencapaian perusahaan tercermin pada produk Laserin Obat Batuk Herbal, Laserin Madu, dan Lancar ASI, yang secara konsisten berhasil meraih penghargaan bergengsi dari tahun ke tahun.

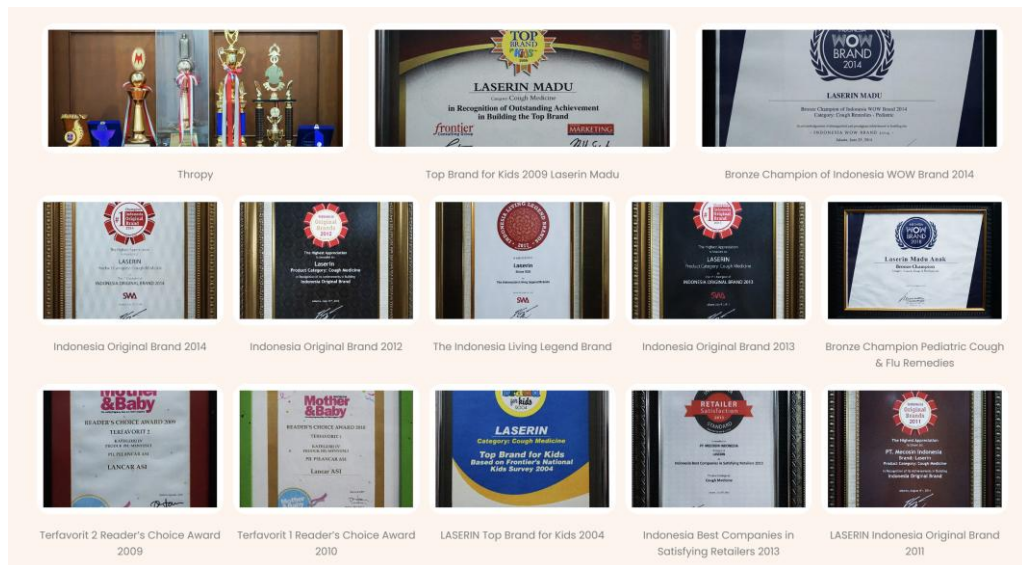
Berdasarkan riset terkait performa industrinya, daftar penghargaan yang berhasil diraih oleh produk-produk unggulan perusahaan sebagai berikut:

1) Brand Laserin & Laserin Madu

- *Top Brand for Kids 2004*
- *Top Brand for Kids 2009*
- *Indonesia Original Brand 2011*
- *Indonesia Original Brand 2012*
- *Indonesia Original Brand 2013*
- *Indonesia Best Companies in Satisfying Retailers 2013*
- *The 1st Champion of Indonesia Original Brand 2014*
- *Bronze Champion of Indonesia WOW Brand 2014*
- *The Indonesia Living Legend Brand 2017*
- *Bronze Champion Pediatric Cough & Flu Remedies 2018*

2) Brand Lancar ASI:

- *Terfavorit 2 Reader's Choice Award 2009*
- *Terfavorit 1 Reader's Choice Award 2010*
- *Top Brand Award (Kategori Pelancar ASI) Tahun 2022 – 2025 dengan performa Top Brand Index (TBI) yang terus meningkat hingga menyentuh angka 30,1% pada tahun 2025.*



Gambar 2.3.1 Penghargaan dan Pencapaian PT Mecosin Indonesia

Sumber: Website PT Mecosin Indonesia

2.3.2 Kolaborasi Eksternal Perusahaan

PT Mecosin Indonesia aktif membangun kolaborasi eksternal untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat sekaligus mengedukasi kesehatan sejak dini. Implementasi nyata dari komitmen ini diwujudkan melalui program CSR Mecosin Peduli Pendidikan pada September (2025), yang bertepatan dengan momentum HUT ke-64 perusahaan.

Dalam program ini, perusahaan bersinergi dengan SDN Ciluar 01 dan SDN Ciluar 02 Sukaraja, Bogor, yang berlokasi di sekitar wilayah operasional pabrik. Kolaborasi dilakukan dalam bentuk Lomba Mewarnai untuk siswa kelas 1 hingga kelas 3 guna memotivasi kreativitas dan semangat belajar mereka. Selain itu, momen ini dimanfaatkan perusahaan untuk mengenalkan rangkaian produk kesehatan anak, seperti Laserin Madu dan Mecovit Kids Series. Inisiatif ini disambut positif oleh Kepala Sekolah SDN Ciluar 02, Ibu Nurhayati Tusadiah, yang menilai bahwa sinergi berkelanjutan antara sektor industri dan institusi pendidikan memberikan dampak nyata bagi kemajuan dan tumbuh kembang anak didik.

