

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Bintang Toedjoe sebagai salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang farmasi dan *consumer health* di Indonesia selalu berupaya untuk mampu mengembangkan inovasi dalam produksi suplemen kesehatan, obat-obatan, dan produk herbal. Bintang Toedjoe yang sudah menjadi bagian dari PT Kalbe Farma Tbk dan telah bergerak lebih dari 70 tahun dalam upayanya untuk menyediakan produk-produk kesehatan untuk masyarakat. Perusahaan ini memiliki fokus utama pada pemberian dukungan untuk adanya peningkatan kualitas hidup yang diperoleh dari adanya teknologi canggih, standar kualitas tinggi, dan riset mendalam.



Gambar 2.1 Logo PT Bintang Toedjoe
Sumber: Dokumen Internal

Bintang Toedjoe lahir pada 29 April 1946 Garut Jawa Barat yang didirikan oleh Tan Jun She, Tjian Pu Tjien, dan Hioe On Tjan. Pemberian nama perusahaan didapat dari tujuh anak perempuan yang dimiliki oleh Tan Jun She. Pada awal mulanya, perusahaan menjalankan segala proses pembuatan yang dibekali dengan alat-alat tradisional dan para pekerja yang terbatas. Pada saat kemunculan sebuah produk yang menjadi kunci penting dalam kemajuan pengembangan perusahaan

yakni produk Puyer No. 16, yang dikenal luas sebagai solusi jika sakit kepala datang oleh masyarakat.

Perjalanan bisnis dari Bintang Toedjoe sudah melewati berbagai tahap, yaitu adanya tahap pemberlakuan relokasi untuk operasionalnya agar mampu memberikan hasil yang maksimal dalam memperbesar proses produksinya dan tahap pengembangan rancangan strategis. Setelah kepindahannya dari Garut ke Krekot, Jakarta, kemudian Bintang Toedjoe memulai menempati tempat barunya yang ada di daerah Cempaka Putih pada tahun 1974. pada tahun 1970, perusahaan memperluas lagi untuk produksi macam-macam dari berbagai obat resep. Perkembangan berdampak yang besar ini berlangsung pada tahun 1985 ketika akhirnya PT Bintang Toedjoe resmi bergabung menjadi bagian dari Kalbe Group, hal ini memicu adanya pertumbuhan bisnis yang cepat dan memperkuat posisi perusahaan menjadi salah satu industri farmasi nasional.



Gambar 2.2 Logo Kalbe
Sumber: Google

Bersamaan dengan adanya peningkatan produksi dan permintaan pasar yang besar, mengharuskan perusahaan untuk kembali dengan melakukan upaya pengembangan fasilitas untuk mendukung operasionalnya dengan berpindah ke kawasan industri Pulogadung di tahun 1993. Pabrik yang berada di Pulomas mulai dijalankan pada Juni hingga Juli 2022 yang dilakukan sebagai bentuk keseriusan untuk meningkatkan proses produksi terbaru. Kemudian, pada september 2022 kantor pusat juga mendapati adanya relokasi yang dipindahkan ke Pulomas, hal ini dilakukan untuk mendukung peningkatan operasional dan pengaturan bisnis.

Mempunyai target fokus kuat pada suplemen herbal, produk *Over The Counter* (OTC), dan *nutraceutical*. Produk-produk buatan PT Bintang Toedjoe sudah tidak hanya dipasarkan untuk lokal saja, tetapi juga sudah masuk ke dalam pasar luar negeri di berbagai negara seperti India, Myanmar, Filipina, dan Malaysia. Cakupan pasar yang luas menunjukkan bahwa perusahaan benar-benar serius dalam memberikan solusi kesehatan bagi masyarakat luas.

Terdapat beberapa produk yang memang sudah dikenal luas oleh masyarakat, seperti Extrajoss yang merupakan minuman untuk meningkatkan energi, Komix dan Komix Herbal sebagai solusi dari penyakit batuk dalam bentuk kemasan *sachet*, Bejo Jahe Merah sebagai produk yang dibuat dari bahan-bahan herbal memiliki fokus untuk meredakan masuk angin, dan Femmy yang menjadi produk untuk menjaga kesehatan wanita. Berbagai varian produk tersebut menjadi bentuk nyata dari rancangan strategi yang dilakukan oleh perusahaan guna memberikan solusi kesehatan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, strategi tersebut juga diperkuat dengan adanya ide-ide terbaru dan komunikasi merek yang dijalankan dengan konsisten.

PT Bintang Toedjoe kini sudah memberikan lapangan kerja yang luas dengan telah mempekerjakan sekitar 1.000 tenaga kerja dan akan selalu berupaya untuk meningkatkan dan mengembangkan inovasi-inovasi produk dan memperluas pasar. Jika dilihat dari sudut pandang strategisnya, PT Bintang Toedjoe hadir dengan visinya untuk fokus menjadi perusahaan penyedia consumer health terkemuka di dunia yang diiringi dengan melalui penyediaan produk-produk inovatif dan memiliki kualitas standar tinggi. Adanya cara untuk mencapai visi tersebut yang dituangkan pada misi, yaitu dengan perusahaan mempunyai fokus untuk selalu menyediakan solusi dari masalah kesehatan untuk membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang lebih baik. Visi dan misi ini yang menjadi fundamental perusahaan ketika menjalankan seluruh rangkaian kegiatan bisnis.

2.1.1 Visi & Misi PT Bintang Toedjoe

Adanya visi dan misi yang menjadi fundamental dari sebuah perusahaan untuk menjadi arah dari pengembangan bisnis kedepannya. PT Bintang Toedjoe

sebagai salah satu perusahaan besar yang bergerak di bidang farmasi, melalui visi dan misinya perusahaan sangat berdedikasi untuk bisa memberikan produk-produk berkualitas tinggi melalui teknologi canggih, inovatif, dan mampu menjadi solusi bagi masyarakat luas.

Visi

Menjadi perusahaan *Consumer Health* terkemuka di dunia melalui produk-produk inovatif dan berkualitas tinggi, didukung oleh teknologi mutakhir dan manajemen yang unggul.

Misi

Menyediakan kesehatan untuk kualitas hidup yang lebih baik bagi semua orang.

2.1.2 Budaya PT Bintang Toedjoe

PT Bintang Toedjoe memiliki budaya kerja yang disebut dengan 7C, dengan adanya budaya kerja tersebut karyawan diharapkan bisa menerapkan nilai-nilainya untuk menjadi pedoman diri dan perilaku guna menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan kolaboratif.

1. *Commitment* yaitu dedikasi untuk memberikan hasil terbaik dalam setiap pekerjaan. Nilai ini menekankan tanggung jawab, konsistensi, dan kesungguhan dalam menjalankan tugas sehingga kualitas kerja dapat terus terjaga.
2. *Creative* yang berarti kemampuan untuk mewujudkan ide-ide baru yang inovatif. Perusahaan mendorong setiap karyawan untuk berpikir kreatif dalam menghadapi tantangan, mencari solusi, dan menciptakan inovasi yang relevan dengan kebutuhan perusahaan maupun konsumen.
3. *Competence* yaitu kesempatan bagi setiap individu untuk terus belajar dan berkembang. Perusahaan mendukung peningkatan kompetensi melalui proses pembelajaran berkelanjutan agar karyawan mampu beradaptasi dengan perkembangan industri.

4. *Character* yaitu menjunjung tinggi nilai-nilai integritas yang berlandaskan semangat PKK, yaitu Profesional, Kontribusi, dan Kekompakan. Nilai ini menjadi dasar dalam membangun sikap kerja yang bertanggung jawab dan saling menghargai.
5. *Communication* menjadi nilai penting berikutnya, yaitu komunikasi yang efektif dalam lingkungan kerja. Komunikasi yang baik membantu proses koordinasi, memperjelas tujuan, serta mendukung kerja sama antar individu maupun divisi.
6. *Collaboration* menekankan pentingnya sinergi dan kerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Kolaborasi antar tim dianggap sebagai faktor penting dalam meningkatkan efisiensi dan keberhasilan kerja organisasi.
7. *Contribution* yaitu keterlibatan aktif setiap karyawan dalam mendukung kemajuan perusahaan serta memberikan dampak positif bagi masyarakat. Kontribusi ini mencerminkan peran aktif individu dalam mendukung keberlanjutan perusahaan secara jangka panjang.

7C sebagai budaya kerja menjadi dasar bagi perusahaan untuk membangun lingkungan kerja yang ideal bagi seluruh karyawannya. Dari adanya nilai-nilai tersebut diharapkan mampu mendukung peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan mencapai tujuan perusahaan.

2.1.3 Nilai PT Bintang Toedjoe

PT Bintang Toedjoe mempunyai nilai perusahaan yang dikenal dengan sebutan *Panca Sradha*. Secara *general*-nya dapat didefinisikan sebagai lima prinsip utama yang dijadikan sebagai dasar dalam menjalankan aktivitas kerja di perusahaan. Nilai-nilai ini akan menjadi acuan bagi para karyawannya dalam membangun hubungan ke internal dan eksternal.

Nilai pertama adalah *Trust is the Glue of Life*. Nilai ini menekankan pentingnya kepercayaan dalam setiap hubungan kerja. PT Bintang Toedjoe mendorong terciptanya lingkungan kerja yang dilandasi kejujuran, keterbukaan, dan rasa saling menghargai. Dengan adanya kepercayaan, kerja sama antar

individu maupun tim dapat terjalin dengan baik sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai secara bersama.

Nilai kedua adalah *Mindfulness*. Nilai ini menekankan kesadaran dalam setiap tindakan dan keputusan yang diambil. Karyawan diharapkan mampu bekerja secara penuh tanggung jawab serta mempertimbangkan dampak dari setiap aktivitas yang dilakukan, baik bagi perusahaan, rekan kerja, maupun lingkungan sekitar.

Nilai ketiga adalah *Innovation*. Inovasi menjadi salah satu faktor penting dalam perkembangan perusahaan. PT Bintang Toedjoe mendorong setiap karyawan untuk memiliki pola pikir kreatif serta berani mengembangkan ide baru. Melalui inovasi, perusahaan dapat terus berkembang, meningkatkan kualitas produk, serta menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen.

Nilai keempat adalah *Strive to be the Best*. Nilai ini menekankan semangat untuk selalu memberikan hasil kerja yang terbaik. Karyawan didorong untuk terus meningkatkan kemampuan, bekerja secara profesional, serta berusaha mencapai standar kerja yang tinggi dalam setiap tanggung jawab yang dijalankan.

Nilai kelima adalah *Interconnectedness is a Universal Way of Life*. Nilai ini menekankan pentingnya hubungan yang saling terhubung antara individu, perusahaan, dan lingkungan. PT Bintang Toedjoe mendorong kerja sama tim yang baik serta menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan lingkungan sekitar sebagai bagian dari tanggung jawab perusahaan.

Melalui implementasi dari nilai *Panca Sradha*, hal ini menjadi bukti nyata perusahaan untuk terus membangun budaya kerja yang positif untuk para stakeholdernya.

2.1.4 Produk *Line of Business* 1

Berikut merupakan detail dari produk yang ditangani oleh Line of Business 1, yang berfokus pada *Energy & Sport Nutrition*.



Gambar 2.3 Produk LOB 1
Sumber: Dokumen Internal Perusahaan

LOB 1 yang memiliki fokus pada Energy & Sport Nutrition, mengembangkan produknya ke arah minuman atau suplemen berenergi yang tujuannya adalah untuk mendukung kebutuhan energi dan meningkatkan stamina bagi penggunaanya. Produknya sendiri terdiri dari Extrajoss Active yang merupakan suplemen dalam bentuk serbuk sachet, memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan energi selama berkegiatan. Extrajoss Ultimate merupakan minuman berenergi dengan kemasan kaleng yang mengandung *green coffee* sebagai sumber energi alami dan kadar gulanya lebih rendah dibandingkan dengan kompetitornya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



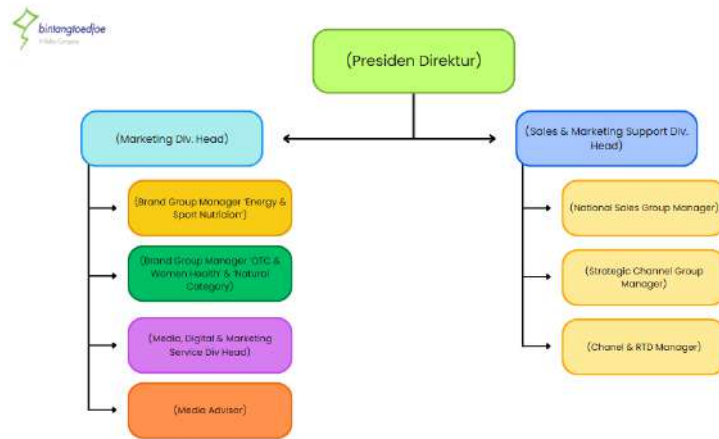
Gambar 2.4 Produk EJ Sport
Sumber: Dokumen Internal Perusahaan

Terakhir adalah EJ Sport, merupakan produk *energy gel* yang dapat diminum sebelum dan saat berolahraga. Produk ini dirancang agar tubuh mudah menyerap lemak menjadi energi agar membantu stamina penggunaanya tetap stabil selama berolahraga, terdapat L-Carnitine yang mempunyai fungsi untuk meminimalisir kelelahan otot selama melakukan aktivitas fisik. EJ Sport sendiri merupakan merek yang ditangani langsung oleh pekerja magang, selama periode magang berlangsung, pekerja magang terlibat langsung dengan segala aktivitas *brand marketing*, salah satunya adalah pelaksanaan *event* yang EJ Sport ikuti. Dari keterlibatan tersebut pekerja magang mendapatkan pemahaman langsung mengenai strategi pengelolaan merek.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Departemen Marketing di PT Bintang Toedjoe yang dipimpin oleh Presiden Direktur memiliki tanggung jawab penuh atas seluruh kegiatan yang dilakukan perusahaan. Dari tanggung jawab kepemimpinan tersebut, di bawahnya

terdapat fungsi marketing yang terbagi ke dalam dua bagian, pertama Marketing Division & Sales dan kedua adalah Marketing Support Division.



Gambar 2.5 Struktur Organisasi Departemen Marketing
Sumber: Dokumen Internal Perusahaan

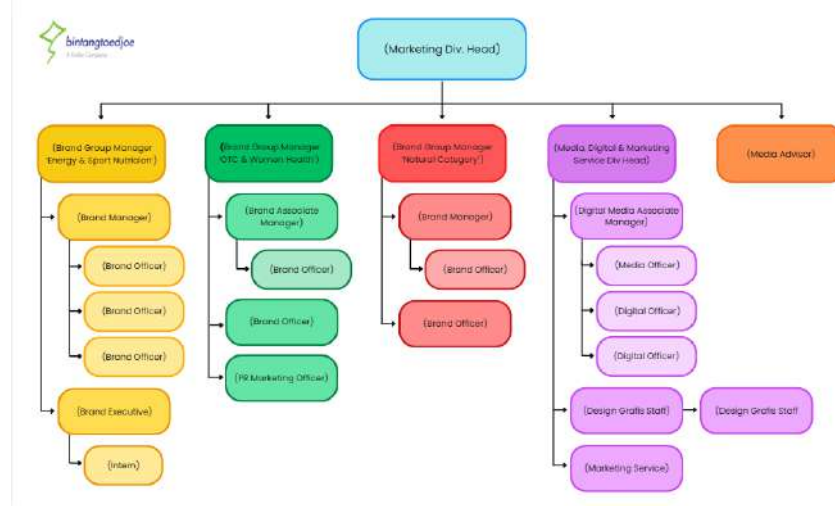
Untuk Marketing Division dipimpin Marketing Division Head memiliki tanggung jawab penuh atas pengelolaan kegiatan pemasaran yang terbagi dalam *Line of Business* (LOB). Terdapat 3 LOB dalam perusahaan PT Bintang Toedjoe yang masing-masingnya mewakili tiap brand yang dimiliki oleh perusahaan. LOB 1, memiliki fokus *brand* pada *energy & Sport Nutrition* dan mempunyai pimpinan yaitu *Brand Group Manager* yang bertanggung jawab langsung terkait aktivasi pemasaran yang dilakukan dari *brand* Extrajoss Active, Extrajoss Ultimate, dan EJ Sport. LOB 2 mempunyai fokus pada bagian *Over the Counter* (OTC) dan *Women Health* yang tanggung jawab kepengimpinannya dipegang oleh *Brand Group Manager* yang fokusnya untuk mengelola brand Komix, Komix Herbal, dan Femmy. Untuk yang terakhir yaitu LOB 3, mempunyai fokus pada *Natural Category* yang kepengimpinannya dipegang juga oleh *Brand Group manager* untuk mengelola brand Waisan, Puyer No. 16, Slasi, dan Bejo.

Selain dari adanya pembagian LOB, *Marketing Division* juga terdapat dukungan yang diberikan melalui Media dan *Digital*. Jabatan Kepemimpinan *Media, Digital & Marketing Service* memiliki fokus untuk mengelola pada segala bentuk kegiatan pemasaran *digital*, sedangkan untuk Media dipegang oleh *Media*

Advisor memiliki tugas untuk memberikan arahan rancangan strategis terkait media.

Sedangkan, untuk *Sales & Marketing Support Division* jabatan kepemimpinannya yang memiliki tanggung jawab terhadap segala bentuk penjualan. Pada divisi ini terdapat *National Sales Group Manager* bertugas untuk mengurus penjualan produk secara nasional, *Channel Group Manager* bertugas untuk mengatur rancangan strategi distribusi, serta *Channel & RTD Manager* yang dipimpin bertugas untuk mengelola *channel* dan produk *ready to drink*.

Adanya pembagian dari struktur kepemimpinan tersebut menunjukkan terdapat fungsi dari pemasaran dan penjualan yang dikelola secara tersendiri namun masih mempunyai kesatuan untuk mencapai tujuan dari perusahaan.



Gambar 2.6 Struktur Organisasi Divisi Marketing
Sumber: Dokumen Internal Perusahaan

Tertera struktur organisasi dari Divisi *Marketing* yang berada di bawah *Marketing Division Head*. Setiap jabatan pasti mempunyai kontribusi yang saling mendukung ketika ingin menjalankan kegiatan pemasaran. Berikut penjabaran *job description* dari masing-masing jabatan yang ada di perusahaan.

1. *Marketing Division Head*

Memiliki tanggung jawab untuk mengawasi seluruh kegiatan aktivitas *marketing* secara keseluruhan. Peran ini menjadi kunci untuk mengarahkan rancangan dari strategi pemasaran berdasarkan kategori produk dan target pasar. Selain itu, peran ini juga harus

bisa untuk menjamin setiap *brand* mampu berkembang dan mencapai targetnya yang telah ditetapkan.

2. *Brand Group Manager*

Memiliki tanggung jawab untuk merancang strategi pemasaran tiap-tiap *brand* yang mereka pegang. Tanggung jawabnya adalah untuk pengawasan terhadap pelaksanaan strategi, perencanaan kampanye *brand*, dan menentukan *positioning brand*. Peran ini juga harus memastikan bahwa *brand* di tiap kategori mampu mencapai target yang telah ditetapkan.

3. *Brand Manager/ Brand Associate Manager*

Memiliki tanggung jawab untuk mengelola *brand* yang mereka pegang secara terperinci dalam kegiatannya sehari-hari. Posisi ini merancang rencana kampanye, mengatur pembagian *budget*, serta melakukan koordinasi dengan tim internal.

4. *Brand Officer*

Memiliki peran untuk menjalankan kegiatan marketing sesuai dengan *brand* yang mereka tangani. Tugasnya antara lain yaitu support aktivitas kampanye, koordinasi dengan pihak eksternal, dan melakukan pemantauan terhadap *brand performance*.

5. *Brand Executive*

Memiliki peran yang sama dengan Brand Officer, mempunyai fokus pada kegiatan marketing di area cabang. Mendukung aktivitas kampanye, acara, dan kegiatan promosi brand lainnya agar berjalan sesuai dengan *plan* yang dibuat.

6. *PR Marketing Officer*

Memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan kegiatan *public relations* untuk sebuah *brand*. Perannya adalah untuk membangun hubungan dengan para media, membuat *press release*, dan membantu kegiatan publikasi terkait kampanye agar bisa memberikan paparan yang luas.

7. *Media, Digital & Marketing Service Division Head*

Mempunyai peran untuk mampu mengelola seluruh rangkaian aktivitas pemasaran yang berkaitan langsung dengan media dan *digital*. Bertanggung jawab untuk memantau rancangan media, strategi dari kampanye berbasis *digital*, dan memastikan bahwa performa kampanye yang dijalankan mendapatkan hasil yang optimal.

8. *Digital Media Associate Manager*

Mempunyai fokus dalam pengelolaan strategi kampanye berbasis *digital*. Tugasnya meliputi perancangan distribusi konten, iklan *digital*, dan menganalisis performa dari kampanye *digital*.

9. *Media Officer*

Memiliki tanggung jawab untuk membuat rencana dan pembelian dari suatu media. Melakukan koordinasi dengan pihak eksternal untuk mampu memastikan bahwa penayangan sesuai dengan kesepakatan dan target khalayak.

10. *Digital Officer*

Bertugas untuk pengelolaan kegiatan operasional di platform *digital*. Mengelola *update* media sosial, pembuatan *brief* konten, dan melakukan *monitoring* performa kampanye dan iklan *brand*.

11. *Design Grafis Staff*

Memiliki tanggung jawab atas segala bentuk pembuatan materi visual untuk mendukung kebutuhan dari *marketing*. Membuat desain *poster*, *banner*, *Instagram feeds*, *Instagram story*, dan *flyer*, yang dibuat secara konsisten dengan identitas *brand*.

12. *Marketing Service*

Mempunyai peran untuk mendukung bila terdapat kebutuhan administrasi dan operasional tim. Melakukan koordinasi dengan tim internal serta pengelolaan berbagai macam dokumen.

13. Media Advisor

Bertanggung jawab untuk pemberian arahan terkait pemilihan dan penggunaan media nantinya untuk mendukung kegiatan pemasaran.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang farmasi dan telah beroperasi lebih dari 70 tahun, PT Bintang Toedjoe secara konsisten memperkuat citranya melalui beberapa upaya, yaitu menunjukkan keseriusannya melalui inovasi, kualitas produk, dan *impact* yang diberikan perusahaan untuk masyarakat luas. Komitmen tersebut ditunjukkan melalui penghargaan-penghargaan yang berhasil dicapai, berikut inovasi dan penghargaannya.

1) Panel Surya 2.2MW di site sebagai Power House untuk Pabrik



Gambar 2.7 Inovasi Panel Surya 2.2 MW
Sumber: Bintang7.com

PT Bintang Toedjoe memberikan kontribusi mereka melalui pemanfaatan energi terbarukan, termasuk energi matahari. Dengan memanfaatkan Inovasi Solar Panel, banyak manfaat yang diperoleh, yaitu pemanenan energi listrik 2,55 GWH pertahun, dan kontribusi terhadap lingkungan untuk menurunkan pembentukan CO₂ hingga 2.671 ton atau sama dengan penurunan CO₂ dari proses fotosintesis 146.000 pohon.

2) Inovasi Pemanfaatan Jahe Merah



Gambar 2.8 Inovasi Pemanfaatan Jahe Merah

Sumber: Bintang7.com

Jahe merah merupakan tanaman herbal asli dari Indonesia, PT Bintang Toedjoe memanfaatkan khasiat yang kaya dari jahe merah untuk dimasukkan ke dalam produk-produk mereka. Tujuannya adalah terus menjaga ekosistem jahe merah sebagai tanaman herbal asli dari Indonesia seperti Korea yang terkenal dengan ginsengnya.

3) Dari limbah Jadi Bernilai: Inovasi Berkelanjutan Raih 4 Stars di ICC-OSH 2026



Gambar 2.9 Penghargaan Inovasi Berkelanjutan

Sumber: Bintang7.com

Melalui Proyek yang bertajuk *“Turning Leak Testing Waste into Valuable Output for Sustainable Operation.”* Prestasi ini menjadi bukti nyata bahwa komitmen untuk menjadi yang terbaik dengan memberikan bukti nyata. Diharapkan dari pencapaian ini mampu memotivasi para KCH Stars untuk bisa mengembangkan ide-ide inovatif yang nantinya akan memberikan dampak positif.

4) Bintang Toedjoe Raih Prestasi di Ajang Kalbe Inovasi 2025



Sumber 2.10 Penghargaan Prestasi di Ajang kalbe Inovasi 2025

Sumber: Bintang7.com

Tim perwakilan dari Bintang Toedjoe berhasil meraih dari Bintang Toedjoe meraih prestasi pada kategori Best 2 - The Generator Explanation dan Best 3 - Best Implementation. Dari kedua penghargaan ini memperkuat komitmen dari PT Bintang Toedjoe untuk meningkatkan inovasi dan berkelanjutan.

5) PT Bintang Toedjoe Raih Penghargaan Industri Hijau 2025



Gambar 2.11 Penghargaan Industri Hijau 2025

Sumber: Bintang7.com

Penghargaan Industri Hijau merupakan bentuk apresiasi bagi perusahaan yang berhasil menerapkan efisiensi dan efektivitas penggunaan sumber daya secara berkelanjutan dalam setiap proses produksinya. Dengan ini menjadi bukti nyata bahwa perusahaan melakukan aksi untuk menjadi industri hijau yang lebih berkelanjutan.