

BAB II

GAMBARAN PERUSAHAAN

2.1 Profil PT Kalbe Farma, Tbk

Berdiri pada tahun 1966, PT Kalbe Farma, Tbk telah jauh berkembang dari usaha sederhana menjadi perusahaan farmasi terdepan di Indonesia. Sejak pendiriannya, Perseroan menyadari pentingnya inovasi untuk mendukung pertumbuhan usaha. Kalbe telah membangun kekuatan riset dan pengembangan dalam bidang formulasi obat generik dan mendukung peluncuran produk konsumen dan nutrisi yang inovatif. Inovasi-inovasi ini menjadikan PT Kalbe Farma, Tbk memiliki lebih dari 17.000 karyawan dengan keunggulan dan keahlian di bidang pemasaran, *branding*, distribusi, keuangan serta riset dan pengembangan. Keahlian tersebut berperan dalam kesuksesan perusahaan untuk mempertahankan posisi sebagai penyedia layanan kesehatan terbesar di Indonesia.

Kalbe Ethical Customer Care (KECC) merupakan perpanjangan tangan dari PT Kalbe Farma, Tbk yang berhubungan langsung dengan para pelanggan setia Kalbe. Menjangkau kesehatan dari komunitas ke komunitas, Kalbe Ethical Customer Care (KECC) bertujuan untuk menjadi pusat edukasi kesehatan masyarakat yang terpercaya. Dengan tujuan tersebut, Kalbe Ethical Customer Care (KECC) merancang beberapa aktivitas dengan fokus untuk menciptakan program kesehatan yang bermanfaat, membangun komunitas peduli kesehatan yang solid, melakukan penggalangan dana untuk komunitas yang membutuhkan, menjalin hubungan dengan instansi terkait untuk meningkatkan kepedulian terhadap sesama di bidang kesehatan, menghadirkan media edukasi kesehatan melalui buletin, *email*, media sosial, dan *website*, serta menyediakan layanan *call center* untuk melayani keluhan pasien dan keluarganya terkait dengan produk dan layanan Kalbe Ethical.

Dengan fokus tersebut, program-program yang dilakukan Kalbe Ethical Customer Care (KECC) antara lain adalah membuat *talk show* kesehatan, seminar awam, perayaan *event* hari besar kesehatan, *gathering* pasien dan komunitas, pemeriksaan dan konsultasi kesehatan, serta kegiatan olahraga bersama komunitas seperti senam bersama dan *fun walk*. Selain merancang program-program kesehatan,

Kalbe Ethical Customer Care (KECC) juga memiliki beberapa komunitas binaan, yaitu Indonesia Cancer Care Community (ICCC), Indonesia Kidney Care Club (IKCC), Komunitas Warga Senior (KOWAS), dan Komunitas Lansia Binaan JABODETABEK. Komunitas – komunitas binaan ini didirikan sebagai wadah bagi para anggotanya untuk saling berbagi informasi dan semangat.

2.1.1 Visi dan Misi

Kalbe Ethical Customer Care (KECC) memiliki visi sebagai wadah utama bagi *customer* dan keluarganya untuk mendapatkan informasi dan edukasi tentang kesehatan, serta memiliki misi untuk meningkatkan kualitas pelayanan langsung kepada *customer* dan keluarganya, serta masyarakat melalui program edukasi dan pengembangan komunitas yang kreatif dan berkesinambungan.

2.1.2 Logo Kalbe Ethical Customer Care (KECC)

Kalbe Ethical Customer Care (KECC) berperan sebagai jembatan antara PT Kalbe Farma, Tbk dengan konsumennya.

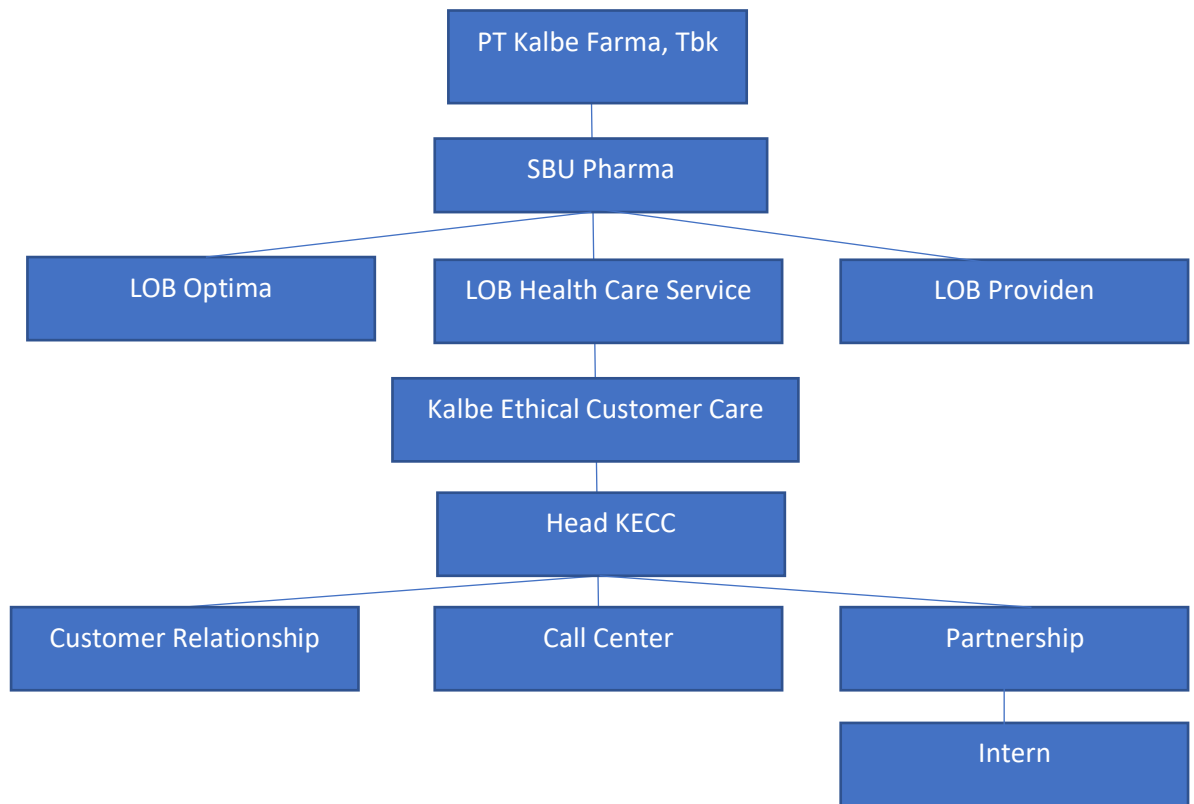
Gambar 2.1 Logo Kalbe Ethical Customer Care (KECC)



Sumber: *Creative Customer Executive* Kalbe Ethical Customer Care, 2020

2.1.3 Struktur Organisasi

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Kalbe Ethical Customer Care (KECC)



Sumber: Renie, 2020

Bagan di atas menunjukkan struktur organisasi Kalbe Ethical Customer Care dalam PT Kalbe Farma, Tbk. Dipimpin oleh Agnes Wiraraharja sebagai *Head* Kalbe Ethical Customer Care, beliau bertanggung jawab atas segala siklus dinamika kinerja dan menjaga hubungan baik dengan *stakeholders* internal maupun eksternal. Selanjutnya dari divisi *Customer Relationship* dipimpin oleh Renie Frisca Linarta, yang bertanggung jawab atas segala aktivitas/program edukasi Kalbe Ethical Customer Care, sekaligus menjadi pembina bagi komunitas-komunitas binaan. *Event* yang dirancang sekaligus menjadi cara untuk mendapatkan *data base* konsumen. Divisi *Call Center* yang dipimpin oleh Agatha, bertanggung jawab sebagai *customer service* yang merespon pertanyaan seputar produk dan keluhan pasien/pelanggan. Selain itu, bertanggung jawab pula untuk menawarkan produk atau *repeat order* kepada konsumen yang ada di *data base*. Untuk divisi *partnership* dipimpin oleh Happy Handayani, bertanggung jawab untuk membangun relasi dan kemitraan dengan rekanan/sponsor/klien.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi *Partnership*

Divisi *partnership* dalam Kalbe Ethical Customer Care (KECC) memiliki tugas utama untuk membangun hubungan kemitraan dengan perusahaan atau lembaga lain. Tujuannya adalah untuk menekan *budget* perusahaan, memanfaatkan sumber daya rekanan, dan meningkatkan reputasi PT Kalbe Farma, Tbk di mata masyarakat. Terdapat enam tugas yang menjadi ruang lingkup divisi *partnership* dalam membangun hubungan kemitraan, yaitu:

1. Mendapatkan narasumber berupa dokter spesialis dari rumah sakit yang diakui kredibilitasnya untuk mendukung edukasi kesehatan dalam *event-event* Kalbe Ethical Customer Care (KECC).
2. Melakukan kerjasama dengan laboratorium atau vendor pemeriksaan kesehatan lainnya untuk mendukung program *healthcheck* pada komunitas.
3. Mendapatkan *sponsorship* dari perusahaan berupa *cash money* atau produk-produk yang sesuai dengan *event* yang diadakan Kalbe Ethical Customer Care (KECC).
4. Bermitra dengan media cetak, radio, televisi, maupun *online*, dengan tujuan memperluas *media partner* dan mendapat liputan *event*, iklan artikel atau produk, dan *talkshow*.
5. Membangun relasi dengan perusahaan kesehatan untuk menjadi *merchant* Kalbe Family.
6. Menjadi pembina atas komunitas binaan Kalbe Ethical Customer Care (KECC).

Dalam keenam tugas tersebut, tugas yang menjadi fokus utama ialah mendapatkan narasumber, *sponsorship*, dan *merchant* Kalbe Family. Tiga tugas pokok ini dilaksanakan dengan arahan pembimbing lapangan.