

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Kalbe Farma Tbk merupakan perusahaan swasta farmasi terbesar di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada 10 September 1966 oleh enam bersaudara, yaitu Khouw Lip Tjoen, Khouw Lip Hiang (*Theresia Harsini Setiady*), Khouw Lip Swan, Khouw Lip Boen (*Boenjamin Setiawan*), Khouw Lip Hwa (*Maria Karmila Angkasa*), dan Khouw Lip Bing (*Fransiscus Bing Aryanto*) [5]. Awalnya, Kalbe memulai usahanya dengan menjual obat-obatan di sebuah garasi kecil di kawasan Jakarta Utara. Berkat kerja keras dan ambisi yang tinggi, perusahaan mengalami pertumbuhan yang pesat, hingga pada tahun 1971 telah memiliki pabrik sendiri di daerah Pulomas, Jakarta Timur [5].

Seiring berjalannya waktu, Kalbe Farma memperluas kegiatan usahanya ke berbagai daerah. Dalam kurun waktu 10 tahun (1976–1985), Kalbe telah berhasil menguasai pasar nasional untuk produk obat resep dan obat bebas, bahkan mampu bersaing dengan 41 perusahaan multinasional [6]. Namun, pada periode 1986 hingga 1997, Kalbe menghadapi krisis keuangan sehingga dilakukan langkah konsolidasi untuk kembali fokus pada bisnis inti. Pada tahun 1993, Kalbe meluncurkan produk minuman energi *Extra Joss*. Meski begitu, perusahaan sempat mengalami penurunan penjualan hingga 15% karena penjualan *Extra Joss* yang masih belum stabil.

Hingga tahun 2009, Kalbe telah memiliki 50 anak perusahaan dengan lebih dari 17.000 karyawan [7]. Nilai penjualan perusahaan pada tahun 2017 mencapai Rp 20,2 triliun [8]. Pada tahun 2019, Kalbe menguasai pangsa pasar sebesar 12,3% dengan *market capitalization* mencapai Rp 51,56 triliun. Selain itu, Kalbe juga telah memperluas bisnisnya ke tingkat internasional dengan mengelola cabang dan kantor perwakilan di lebih dari sembilan negara, seperti Singapura, Malaysia, Filipina, Vietnam, Myanmar, Kamboja, Sri Lanka, Nigeria, dan Afrika Selatan [8].



Gambar 2.1 Produk Consumer Health Kalbe Farma 1 [9].

Produk yang dijual oleh perusahaan Kalbe Farma cukup beragam, khususnya pada kategori *Consumer Health*. Divisi ini memiliki fokus utama dalam menyediakan produk-produk kesehatan konsumen yang dapat dikonsumsi secara langsung tanpa resep dokter. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan solusi kesehatan sehari-hari yang mudah diakses oleh masyarakat. Produk-produk dalam lini ini tidak hanya berfungsi untuk membantu pemulihan dari gangguan kesehatan ringan, tetapi juga untuk mendukung pencegahan penyakit melalui peningkatan daya tahan tubuh.

Pada Gambar 2.1 ditampilkan beberapa contoh produk dari Divisi *Consumer Health* Kalbe Farma, antara lain Komix, yang merupakan obat batuk yang diformulasikan untuk meredakan batuk kering maupun berdahak; Entrostop, produk yang digunakan untuk mengatasi diare dan gangguan pencernaan; serta Bejo Jahe Merah dan Bejo Anak, yang merupakan produk berbasis herbal untuk menjaga daya tahan tubuh dan meredakan masuk angin. Selain itu, terdapat juga varian Entrostop Herbal yang menawarkan alternatif alami dalam pengobatan masalah pencernaan, serta suplemen seperti Fatigon yang berfungsi untuk membantu mengembalikan stamina dan menjaga kebugaran tubuh. Seluruh produk dalam kategori ini dirancang dengan mengutamakan keamanan dan kemudahan konsumsi, serta dipasarkan secara luas di berbagai kanal distribusi, baik modern maupun tradisional. Melalui ragam produknya, Kalbe Farma terus menunjukkan komitmennya dalam menghadirkan solusi kesehatan yang praktis dan terjangkau bagi masyarakat luas [9].



Gambar 2.2 Produk Consumer Health Kalbe Farma 2 [9].

Produk terbaru dari divisi *Consumer Health* Kalbe Farma yang dirilis pada tahun 2020 dan 2021 menunjukkan komitmen perusahaan dalam menghadirkan solusi kesehatan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern, terutama di masa pandemi. Produk-produk ini berfokus pada kategori multivitamin dan mineral yang bertujuan untuk meningkatkan daya tahan tubuh, menjaga metabolisme, serta mendukung kesehatan secara menyeluruh.

Pada Gambar 2.2 ditampilkan beberapa produk unggulan dalam kategori ini, seperti Sakatonik dan Xonce. Sakatonik hadir dalam berbagai varian, salah satunya *Sakatonik Aktif* yang mengandung kombinasi vitamin dan mineral penting untuk menunjang aktivitas harian. Xonce merupakan suplemen vitamin C dosis tinggi yang populer karena bentuknya yang praktis dan dapat dikonsumsi tanpa air, cocok untuk masyarakat dengan mobilitas tinggi.

Selain itu, produk lainnya seperti *Femmy Vitamin D3* dan *Femmy Trimune* juga merupakan bagian dari inovasi Kalbe dalam menyediakan suplemen khusus yang diformulasikan sesuai kebutuhan spesifik, seperti untuk kekebalan tubuh dan kesehatan perempuan. Seluruh produk ini dirancang dengan pendekatan ilmiah dan kualitas tinggi, serta dikemas secara modern agar mudah dikonsumsi oleh berbagai kalangan usia.

Melalui peluncuran produk-produk ini, Kalbe Farma memperkuat posisinya sebagai pemimpin pasar di bidang *Consumer Health*, dengan mengedepankan pendekatan preventif dan promotif dalam menjaga kesehatan masyarakat [9].



Gambar 2.3 Produk Nutrisionals Kalbe Farma [9].

Divisi *Nutrisionals* merupakan salah satu unit penting dalam struktur bisnis Kalbe Farma yang berfokus pada penyediaan produk nutrisi berkualitas tinggi bagi berbagai segmen masyarakat. Produk-produk dalam divisi ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan gizi mulai dari ibu hamil, anak-anak, remaja, hingga orang dewasa, termasuk juga pasien dengan kebutuhan klinis khusus. Tujuan utama dari lini produk ini adalah untuk mendukung kesehatan dan kualitas hidup masyarakat melalui asupan nutrisi yang seimbang dan sesuai kebutuhan.

Pada Gambar 2.3 ditampilkan berbagai produk unggulan dari divisi *Nutrisionals*, seperti Morinaga yang merupakan produk susu formula premium untuk bayi dan anak-anak, Lova untuk dukungan nutrisi selama kehamilan dan menyusui, serta Entrazol dan Zee yang diperuntukkan bagi remaja hingga dewasa dalam menjaga daya tahan tubuh dan kesehatan tulang. Produk seperti Fitbar dan Hydro Coco juga menjadi bagian dari inovasi Kalbe dalam menyediakan makanan dan minuman fungsional rendah kalori dan tinggi serat, yang cocok untuk gaya hidup aktif dan sehat. Selain itu, terdapat juga produk untuk kebutuhan klinis tertentu, yang dirancang secara khusus untuk pasien dengan kondisi kesehatan khusus. Dengan beragamnya pilihan dan formulasi yang berbasis riset ilmiah, divisi *Nutrisionals* Kalbe Farma berkontribusi besar dalam upaya meningkatkan taraf kesehatan masyarakat secara menyeluruh melalui pendekatan nutrisi yang tepat guna [9].

Prescription Pharmaceuticals	Consumer	Medical Instrument & Diagnostic	Fine Chemical Raw Materials
			

21

Gambar 2.4 Logistik & Distribusi Kalbe Farma [9].

Divisi berikutnya yang dimiliki oleh Kalbe Farma adalah divisi Distribusi dan Logistik, yang memainkan peran krusial dalam memastikan ketersediaan dan kelancaran distribusi produk ke seluruh wilayah Indonesia dan luar negeri. Divisi ini dikelola oleh anak perusahaan Kalbe dan bekerja sama dengan berbagai mitra eksternal untuk menangani kebutuhan distribusi secara efisien dan tepat waktu. Dalam struktur distribusinya, Kalbe Farma mengelompokkan kegiatan ini ke dalam empat kategori utama berdasarkan jenis produk dan mitra kerja sama pihak ketiga. Pertama adalah kategori *Prescription Pharmaceuticals* atau obat resep, yang melibatkan perusahaan seperti Interbat dan Bernofarm. Kedua adalah kategori *Consumer*, yang berfokus pada produk barang konsumsi harian dengan mitra seperti Beiersdorf, Kara, dan Unza Vitalis. Kategori ketiga adalah *Medical Instrument & Diagnostic*, yang mencakup alat medis dan layanan diagnostik dengan mitra ternama seperti BioMérieux, Fujifilm, Thermo Fisher, dan E-Care. Terakhir, terdapat kategori *Fine Chemical Raw Materials*, yang menangani distribusi bahan baku kimia untuk produksi farmasi dan medis, dengan perusahaan mitra seperti BASF, Hanhwa, dan AkzoNobel.

Keempat kategori ini mencerminkan luasnya cakupan dan jaringan distribusi Kalbe Farma dalam mendukung ekosistem kesehatan, mulai dari pengadaan bahan baku hingga penyampaian produk akhir ke konsumen dan institusi medis. Dengan dukungan logistik yang kuat, Kalbe dapat menjangkau berbagai segmen pasar dan memperkuat posisi sebagai perusahaan farmasi

terintegrasi yang tidak hanya memproduksi tetapi juga mengelola distribusi secara profesional dan modern [9].

1. Visi

Visi pada perusahaan Kalbe Farma yaitu “Menjadi perusahaan produk kesehatan indonesia terbaik dengan skala internasional yang didukung pada inovasi, merek yang kuat, dan manajemen yang prima” [7].

2. Misi

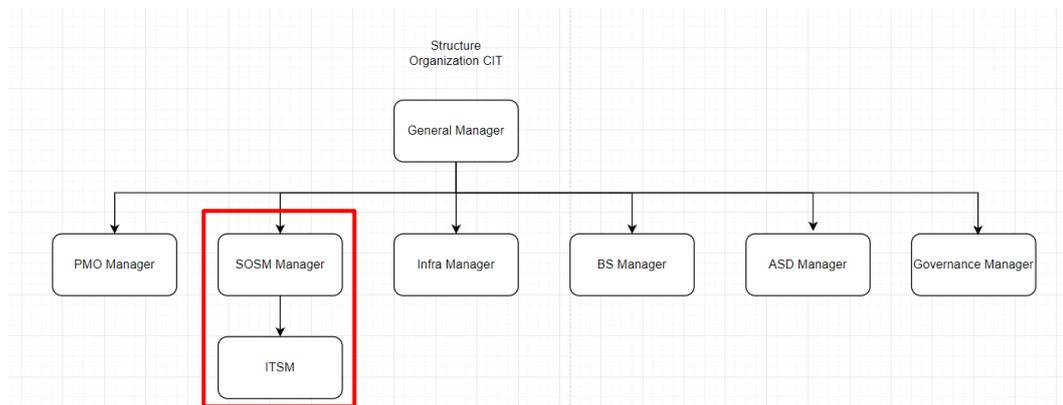
Misi pada perusahaan Kalbe Farma yaitu “Meningkatkan kesehatan untuk kehidupan yang lebih baik” [7].

3. Motto

Motto pada perusahaan Kalbe Farma yaitu “Inovasi untuk kehidupan yang lebih baik” [7].

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Kalbe Farma Tbk, sebagai perusahaan dengan struktur organisasi yang besar, umumnya memiliki hierarki yang jelas untuk memastikan efektivitas operasional. Struktur ini terdiri dari beberapa tingkatan, mulai dari *General Manager* yang bertanggung jawab atas strategi dan pengelolaan perusahaan, *Manager* yang memimpin divisi atau departemen, hingga *Supervisor* yang mengawasi pelaksanaan kerja tim. Di tingkat operasional, terdapat *Officer* atau staf pelaksana yang menjalankan tugas teknis dan administratif. Dengan struktur tersebut, organisasi dapat beroperasi secara lebih efisien, mempermudah koordinasi antarunit, serta memastikan setiap individu memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas dalam mencapai tujuan bersama. Gambar 2.5 menampilkan struktur organisasi Departemen *CIT* pada PT Kalbe Farma Tbk sebagai bagian dari sistem pengelolaan teknologi informasi di perusahaan.



Gambar 2.5 Struktur Organisasi CIT Kalbe Farma [18].

Pada struktur organisasi PT Kalbe Farma Tbk, Departemen CIT terdiri dari berbagai divisi yang memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing dalam mendukung operasional dan pengembangan teknologi perusahaan. Divisi pertama yaitu *Software Development (ASD)*, yang berfokus pada pengembangan perangkat lunak sesuai dengan kebutuhan perusahaan atau pengguna. Selain itu, terdapat *Service Operational and Service Management*, yang bertanggung jawab memastikan layanan *IT* berjalan dengan lancar. Dalam divisi ini, mahasiswa ditempatkan pada posisi *ITSM*. Divisi *IT Infrastructure* berperan dalam mengelola infrastruktur teknologi informasi, termasuk perangkat keras, jaringan, dan layanan pendukung, agar memastikan operasional berjalan optimal. Sementara itu, *Business Solution* bertugas menyediakan solusi *IT* yang menyesuaikan dengan kebutuhan bisnis, sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas pada perusahaan. Dalam hal pengelolaan proyek, *Project Management* bertanggung jawab mengelola proyek *IT* dari tahap awal hingga penyelesaian untuk memastikan keberhasilan implementasi. Sedangkan *Governance* berperan dalam mengarahkan dan mengendalikan kebijakan serta strategi *IT* agar tetap selaras dengan tujuan bisnis perusahaan. Dengan adanya berbagai divisi ini, CIT dapat beroperasi secara efektif dalam mendukung perkembangan teknologi dan kebutuhan bisnis perusahaan.