

## **BAB 2**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

PT Kalbe Farma Tbk merupakan salah satu perusahaan farmasi terbesar di Asia Tenggara yang berfokus pada pengembangan, produksi, dan distribusi produk kesehatan. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 10 September 1966 berdasarkan Akta Notaris No. 3 oleh Raden Imam Soesatyo Prawirokoesoemo di Jakarta, dan memperoleh pengesahan dari Kementerian Kehakiman Republik Indonesia pada tanggal 12 September 1967 [3].



Gambar 2.1. Logo PT Kalbe Farma Tbk  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Sejak awal berdiri, Kalbe beroperasi dengan visi untuk meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat melalui inovasi produk farmasi dan layanan kesehatan. Dalam perkembangannya, Kalbe melakukan ekspansi signifikan baik secara organik maupun melalui akuisisi sejumlah perusahaan farmasi dan kesehatan. Contohnya, pada tahun 1980-an Kalbe memperkuat bisnis farmasi dengan mendirikan PT Dankos Laboratories, serta memperluas portofolio produk konsumen melalui akuisisi merek-merek strategis.

Pada 30 Juli 1991, Kalbe resmi menjadi perusahaan publik melalui Penawaran Umum Perdana (IPO) di Bursa Efek Jakarta (kini Bursa Efek Indonesia). Langkah ini menjadi tonggak penting dalam memperluas kapasitas produksi serta meningkatkan daya saing di pasar nasional maupun internasional.

Seiring waktu, Kalbe terus berkembang menjadi grup usaha kesehatan

terintegrasi dengan empat divisi utama, yakni Divisi Obat Resep (*Prescription Pharmaceuticals*), Divisi Produk Kesehatan (*Consumer Health*), Divisi Nutrisi (*Nutritionals*), dan Divisi Distribusi & Logistik (*Distribution and Logistic*).

Selain itu, Kalbe aktif melakukan ekspansi internasional dengan membentuk berbagai perusahaan gabungan di kawasan ASEAN, Asia Timur, hingga Afrika. Salah satu langkah strategis adalah pendirian Asiawide Kalbe Philippines, Inc. di Filipina sebagai basis ekspansi regional.

Hingga akhir tahun 2024, Kalbe tercatat sebagai perusahaan produk kesehatan Indonesia dengan skala internasional, memiliki jaringan distribusi lebih dari satu juta outlet di 33 provinsi di Indonesia, serta kapitalisasi pasar mencapai Rp63,8 triliun dengan penjualan neto sebesar Rp32,6 triliun.

## **2.2 Visi, Misi dan Core Value Perusahaan**

Sebagai salah satu perusahaan farmasi dan kesehatan terbesar di Asia Tenggara, PT Kalbe Farma Tbk memiliki landasan strategis berupa visi, misi, serta nilai-nilai inti yang menjadi pedoman dalam seluruh aktivitas usaha. Visi, misi, dan nilai perusahaan ini bukan hanya sekadar pernyataan normatif, melainkan juga representasi dari orientasi jangka panjang Kalbe dalam meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat, baik di Indonesia maupun di tingkat global.

Visi perusahaan menegaskan ambisi untuk “Menjadi perusahaan kesehatan Indonesia terbaik secara global yang dilandasi oleh inovasi, kekuatan merek, dan manajemen yang unggul” [4]. Pernyataan ini tidak hanya menempatkan Kalbe sebagai pemain nasional, tetapi juga bercita-cita untuk bersaing di kancah internasional. Pencapaian visi global ini tidak terlepas dari tiga pilar utama yang menjadi penopangnya, yaitu inovasi sebagai pendorong penemuan dan pengembangan produk serta layanan kesehatan baru, kekuatan merek yang telah dibangun dan dipercaya oleh masyarakat Indonesia selama puluhan tahun, serta manajemen yang unggul yang memastikan tata kelola perusahaan berjalan secara profesional, efisien, dan berkelanjutan.

Sementara visi menggambarkan tujuan jangka panjang, misi perusahaan berfungsi sebagai penjabaran dari kontribusi nyata yang ingin diberikan Kalbe kepada pemangku kepentingannya. Misi tersebut adalah “Meningkatkan kesehatan untuk kehidupan yang lebih baik.” Pernyataan yang singkat namun kuat ini memuat komitmen perusahaan untuk tidak hanya sekadar menjual produk, tetapi secara aktif berpartisipasi dalam elevating the quality of life masyarakat melalui

peningkatan derajat kesehatan. Misi ini menjadi guiding principle dalam setiap portofolio produk dan program corporate social responsibility yang dijalankan oleh perusahaan.

Di tingkat operasional, visi dan misi tersebut diaktualisasikan melalui nilai-nilai inti korporat yang disebut Panca Sradha [5]. Nilai-nilai ini menjadi kompas etik dan berperilaku bagi seluruh insan Kalbe. Berikut adalah kelima nilai tersebut.

1. *Trust is the glue of life*

Nilai ini menekankan pada pentingnya membangun dan memelihara kepercayaan melalui sikap saling menghargai, transparansi, dan kejujuran. Dalam praktiknya, hal ini terwujud dalam komitmen untuk mengelola perusahaan secara akuntabel guna memberikan hasil terbaik bagi semua pihak.

2. *Mindfulness is the foundation of our action*

Setiap tindakan dan keputusan diambil dengan penuh kesadaran dan pertimbangan mendalam agar selaras dengan nilai-nilai perusahaan. Kesadaran ini membuat perusahaan selalu responsif terhadap kebutuhan semua pemangku kepentingan, termasuk masyarakat dan lingkungan.

3. *Innovation is the key to our success*

Inovasi tidak hanya tentang terobosan teknologi yang kompleks, tetapi juga dimulai dari kesederhanaan dan didorong oleh semangat berkelanjutan. Tujuannya adalah untuk bertumbuh dan pada akhirnya meningkatkan kualitas hidup manusia. Nilai ini merupakan pengejawantahan langsung dari pilar inovasi dalam visi perusahaan.

4. *Strive to be the best*

Perusahaan menciptakan budaya pembelajaran dan perbaikan berkelanjutan (continuous learning and improvement), serta memberikan kesempatan yang setara bagi setiap individu untuk mengembangkan potensinya dan menjadi sumber daya manusia yang andal.

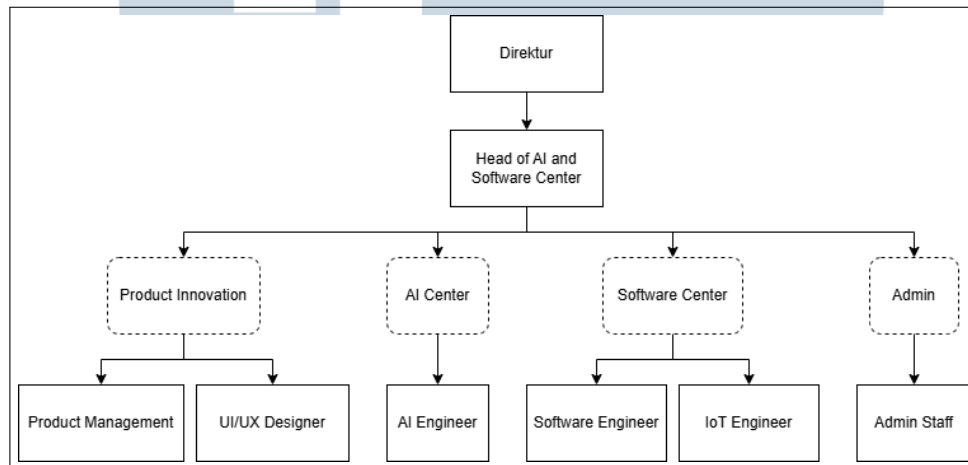
5. *Interconnectedness is a universal way of life*

Kalbe menyadari posisinya sebagai bagian dari sebuah ekosistem kehidupan yang lebih besar. Oleh karena itu, perusahaan berkomitmen untuk menjaga keberagaman, harmoni, dan melakukan berbagai upaya yang bermanfaat bagi sesama serta untuk generasi mendatang.

Secara keseluruhan, Visi, Misi, dan Panca Sradha membentuk sebuah kerangka strategis dan kultural yang kokoh. Kerangka inilah yang menggerakkan seluruh jajaran perusahaan, dari level korporat hingga unit kerja, untuk berkontribusi dalam mewujudkan tujuan akhir: peningkatan kesehatan masyarakat Indonesia dan dunia.

### 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan PT Kalbe Farma Tbk dapat dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. Struktur organisasi perusahaan PT Kalbe Farma Tbk

Struktur organisasi tersebut dirancang untuk mendukung transformasi digital perusahaan melalui inovasi teknologi informasi, pengembangan perangkat lunak, serta penerapan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*). Pada Gambar 2.2, struktur organisasi terdiri atas beberapa posisi kunci dengan peran dan tanggung jawab yang saling melengkapi, sebagaimana dijelaskan berikut.

1. **Direktur:** Memimpin strategi transformasi digital dan memastikan pemanfaatan teknologi sesuai visi dan misi perusahaan.
2. **Head of AI and Software Center:** Mengawasi pengembangan serta implementasi kecerdasan buatan dan perangkat lunak agar selaras dengan kebutuhan bisnis.
3. **Product Management:** Mengelola siklus hidup produk digital agar relevan dengan kebutuhan pengguna dan memberi nilai tambah bagi perusahaan.

4. UI/UX Designer: Merancang antarmuka dan pengalaman pengguna yang intuitif, mudah diakses dan ramah pengguna untuk meningkatkan kepuasan pengguna.
5. AI Engineer: Merancang, membangun, serta mengoptimalkan model kecerdasan buatan yang mendukung kebutuhan perusahaan, seperti sistem prediksi, otomasi proses, hingga analisis data kesehatan.
6. Software Engineer: Membangun dan memelihara aplikasi atau sistem informasi agar berfungsi stabil, aman, dan efisien.
7. IoT Engineer: Mengintegrasikan perangkat keras dan lunak untuk mendukung otomatisasi serta pengumpulan data real-time.
8. Admin Staff: Mendukung kelancaran operasional melalui pengelolaan dokumen, penjadwalan, dan administrasi tim.

