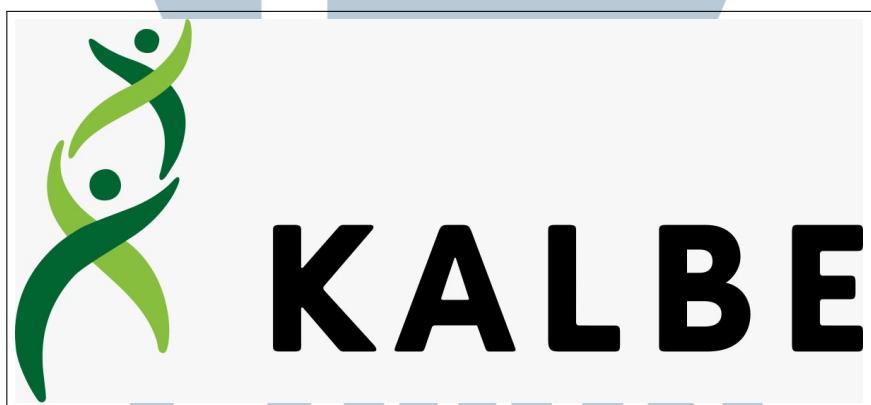


BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Singkat Perusahaan

PT Kalbe Farma Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan dengan portofolio usaha yang mencakup obat-obatan, produk nutrisi, dan jasa distribusi logistik. Kantor pusat perusahaan berlokasi di Jakarta, dan sejak 1991 saham Kalbe telah tercatat di Bursa Efek Indonesia sebagai wujud ekspansi ke pasar modal. Rantai bisnis Kalbe dibangun secara menyeluruh, mulai dari kegiatan riset dan pengembangan, proses manufaktur, jaringan distribusi, hingga penyediaan layanan kesehatan yang memanfaatkan teknologi digital [12, 13]. Logo perusahaan dapat terlihat pada Gambar 2.1



Gambar 2.1. Logo PT Kalbe Farma Tbk

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Perusahaan mengelompokkan aktivitasnya ke dalam empat divisi utama, yaitu Obat Resep, Produk Kesehatan, Nutrisi, serta Distribusi dan Logistik. Selain melayani pasar domestik, Kalbe juga memasarkan produk dan layanannya ke berbagai negara di kawasan Asia, Timur Tengah, dan Afrika melalui jaringan bisnis yang terus diperluas [13].

Dorongan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi mendorong Kalbe meluncurkan berbagai inisiatif digital guna mempercepat transformasi bisnis. Salah satu langkah strategis adalah pembentukan departemen Corporate Digital Technology (CDT) sebagai pusat pengembangan solusi digital, termasuk pemanfaatan kecerdasan buatan, pengembangan perangkat lunak, dan penerapan

solusi Internet of Things (IoT) untuk meningkatkan efisiensi proses dan kualitas layanan.

2.2 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Kalbe Farma Tbk berdiri pada 10 September 1966 dan pada awalnya beroperasi sebagai usaha farmasi kecil yang berlokasi di sebuah garasi rumah. Seiring waktu, kapasitas produksi dan jangkauan pemasarannya berkembang pesat sehingga perusahaan mampu mengelola proses pembuatan, distribusi, dan pemasaran produk secara mandiri [13].

Tonggak penting perjalanan Kalbe terjadi pada 1991 ketika perusahaan mulai melantai di bursa saham di Indonesia, menandai pergeseran menuju entitas publik yang diawasi oleh pasar modal. Setelah periode tersebut, Kalbe memperluas bidang usahanya ke segmen nutrisi, layanan kesehatan, dan distribusi, serta membangun berbagai anak perusahaan dan kerja sama strategis. Investasi di bidang riset bioteknologi, teknologi penghantaran obat, penelitian sel punca, dan pengobatan kanker menunjukkan komitmen Kalbe untuk mengembangkan ekosistem kesehatan berbasis inovasi [12].

Perusahaan menempatkan diri sebagai salah satu pemain utama di pasar farmasi nasional dan terus memperkuat peran strategisnya di tingkat regional maupun internasional dengan fokus pada peningkatan kualitas hidup masyarakat [13].

2.3 Visi dan Misi Perusahaan

Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, PT Kalbe Farma Tbk berpegang pada visi, misi, serta seperangkat nilai inti yang dirumuskan dalam konsep Panca Sradha Kalbe. Ketiga unsur tersebut menjadi landasan bagi pengambilan keputusan strategis dan perilaku organisasi di seluruh lini perusahaan [13].

2.3.1 Visi Perusahaan

Visi Kalbe adalah menjadi perusahaan produk kesehatan Indonesia yang mampu bersaing di tingkat internasional dengan mengandalkan inovasi, kekuatan merek, dan tata kelola yang unggul [13].

2.3.2 Misi Perusahaan

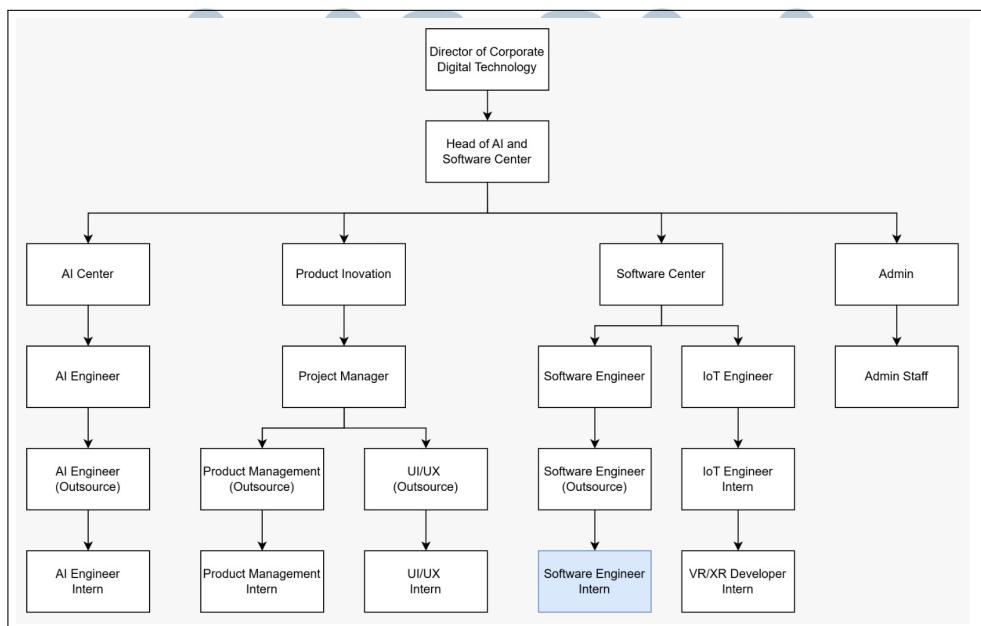
Misi perusahaan diringkas dalam komitmen untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat sehingga kualitas hidup dapat terus ditingkatkan [13].

2.3.3 Nilai-Nilai Perusahaan (Panca Sradha)

Sejak awal berdirinya, Kalbe merumuskan lima nilai dasar yang dikenal sebagai Panca Sradha Kalbe, yaitu saling percaya, kesadaran penuh, inovasi, komitmen untuk menjadi yang terbaik, dan saling keterkaitan. Nilai-nilai ini berfungsi sebagai pedoman etika bagi seluruh karyawan sekaligus menjadi rujukan dalam merancang strategi bisnis perusahaan [13].

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi menjadi elemen penting untuk memastikan proses bisnis perusahaan dapat berjalan secara efektif dan terkoordinasi. Di PT Kalbe Farma Tbk, departemen Corporate Digital Technology (CDT) dirancang dengan susunan unit kerja yang mendukung percepatan transformasi digital di lingkungan perusahaan. Struktur organisasi CDT dan unit pendukung terdapat pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. Struktur Organisasi Corporate Digital Technology

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Pada level pimpinan, posisi Director of Corporate Digital Technology bertanggung jawab atas perumusan strategi dan pengawasan keseluruhan inisiatif teknologi digital yang dijalankan. Di bawahnya, Head of AI and Software Center memimpin pengembangan solusi perangkat lunak dan kecerdasan buatan yang selaras dengan kebutuhan bisnis.

Unit Product Innovation berfokus pada pengembangan produk dan solusi digital, dengan Project Manager yang mengoordinasikan pelaksanaan proyek dan UI/UX Intern yang membantu merancang antarmuka pengguna. AI Center menangani riset dan implementasi teknologi kecerdasan buatan melalui peran AI Engineer dan AI Engineer Intern.

Software Center bertanggung jawab atas pengembangan dan pemeliharaan sistem perangkat lunak, yang diperkuat oleh tim Software Engineer, Software Engineer Intern, IoT Engineer, IoT Engineer Intern, serta VR/XR Developer Intern untuk solusi berbasis Internet of Things (IoT) dan realitas imersif. Fungsi administratif didukung oleh Admin Staff yang mengelola kebutuhan administrasi dan operasional agar kegiatan di dalam divisi berjalan lancar.

