

## Praktek kerja profesi di Corporate Business Development PT. Kalbe Farma, TBK periode bulan Februari-Maret tahun 2016 = Internship in Corporate Business Development PT. Kalbe Farma TBK Batch February-March 2016

Evelyn Yuliusman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20434819&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Setiap perusahaan, termasuk perusahaan farmasi, membutuhkan unit business development untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya maupun mengembangkan bisnisnya agar menjadi lebih besar. Apoteker memiliki pengetahuan khusus dan unik mengenai ilmu farmasi dan pasar farmasi yang dapat menjadi keunggulan kompetitif dibandingkan dengan profesi lain yang bekerja di business development suatu perusahaan farmasi. Oleh sebab itu, Apoteker membutuhkan suatu pengalaman praktis dalam bekerja di business development. Pengalaman praktis diperoleh melalui praktek kerja profesi Apoteker yang dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2016 di corporate business development PT. Kalbe Farma, Tbk. Ada pun tujuan dari praktek kerja profesi ini adalah memahami tugas dan wewenang Apoteker di korporasi; memahami peran Apoteker dalam pengembangan industri farmasi melalui pembuatan bisnis baru atau perluasan portofolio bisnis yang telah ada; serta memahami tahapan pengembangan bisnis baru atau portofolio bisnis dalam suatu perusahaan farmasi. Tugas dan wewenang Apoteker pada divisi corporate business development secara umum adalah memastikan kelangsungan bisnis, manajemen proyek dan melakukan inovasi. Peran Apoteker pada divisi corporate business development di PT. Kalbe Farma, Tbk. adalah sebagai penganalisa pasar, penganalisa bisnis dan produk baru, peninjau produk dan bisnis baru, pencarian ide bisnis baru dan pengembangan portofolio bisnis, serta presentasi hasil analisa dan ide bisnis baru atau pengembangan portofolio bisnis tersebut kepada pihak yang berkepentingan seperti pemegang saham, pihak marketing, dan pimpinan perusahaan. Tahapan pengembangan bisnis baru ataupun pengembangan portofolio bisnis adalah pencarian ide, pematangan dan penilaian ide, persiapan rencana bisnis, pengambilan keputusan, pengusulan produk baru, eksekusi ide, pemantauan eksekusi, pemantauan paska peluncuran produk, dan marketing.