Bio Farma, Makin Mantap Menuju Life Science Industry

Sungguh menarik untuk menelusuri perjalanan PT Bio Farma (Persero). Kini, perusahaan kebanggaan Indonesia ini bukan lagi hanya memproduksi vaksin dan sera yang sudah digelutinya selama puluhan tahun. Lama malang melintang di dunia vaksin dan sera, perusahaan ini sudah benar-benar expert di bidang itu dan produknya diekspor ke lebih dail 130 negara. Seiring dengan perkembangan zaman yang begitu cepat dan dinamika sektor kesehatan di dalam negeri yang semakin penuh tantangan, perusahaan sudah memompa potensinya untuk menjadi perusahaan kelas dunia yang menghasilkan produk life science yang bermanfaat bagi peningkatan standar kehidupan umat manusia. Bio Farma sudah mencanangkan diri masuk life science industry melalui visi yang sejalan dengan perkembangan dunia farmasi serta kedokteran terkini. Dalam beberapa tahun terakhir, inovasi medis yang berbasis chemistrybase yang begitu berjaya di abad 20, semakin tampak akan digantikan oleh life science. Secara sederhana, industri life science adalah 'science of life for nature's creature', ilmu tentang dan untuk umat manusia (biologi, pengobatan, antropologi, ekologi, dsb) yang mayoritas berbasiskan alam. Dengan masuk ke life science industry, Bio Farma semakin mendukung peningkatan kualitas kehidupan umat manusia lewat produk-produknya yang berbasis alam sehingga mendukung green life yang semakin diperlukan. Menggunakan teknologi industry ramah lingkungan, pabrik ini akan melahirkan produk-produk life science yang ramah lingkungan dan bermanfaat untuk meningkatkan kesehatan umat manusia. Demikian juga dengan rencana lokasi industri baru di Jasinga Bogor yang memiliki luas sekitar 500 hektare. Menurut Direktur Utama Bio Farma lskandar, pembangunan lokasi industri baru di Jasinga itu akan mengusung konsep life science park. "Itu akan menjadi yang terbesar di Asia. Kami ingin membangun laboratorium hewan terbesar. Tentunya ini harus bertahap. Ini untuk rencana 200 tahun ke depan," katanya.

ASPEK SOSIAL & BUDAYA

Seperti halnya perusahaan – perusahaan yang sudah masuk ke ranah global, Bio Farma digiring oleh sebuah sistem tatanan internasional di mana industri negara berkembang harus mengarusutamakan aspek sosial budaya dan lingkungan ke dalam bisnis inti mereka. Saat ini selain harus menghadapi ketatnya persaingan ke depan, perusahaan juga harus menyesuaikan dengan beberapa regulasi internasional dari standar Organisasi Pengembangan Industri PBB atau United Nations Industrial Development (UNIDO). Menurut lskandar, untuk mengusung amanat tersebut bukan perkara mudah bagi industry yang berada di negara berkembang. Bio Farma harus mengikuti aturan tersebut supaya beragam produknya bisa diterima di pasar global. Lskandar mengatakan perusahaannya pun

sudah mengarusutamakan aspek budaya dan lingkungan ke bisnis utama Bio Farma. lskandar mengatakan Indonesia patut berbangga dengan perusahaan ini. Jika di Indonesia masalahnya adalah bagaimana sebuah perusahaan mencoba untuk memasarkan produknya ke luar negeri, Bio Farma sudah melewati tahapan tersebut sudah cukup lama, di mana produk Bio Farma sudah masuk pasar global. Selain itu, perusahaan juga telah mengadopsi agenda dunia yang mengusung Sustainable Development Goals (SDGs) yaitu 17 target pengembangan yang berkelanjutan hingga 15 tahun kedepan. Seperti melakukan efisiensi energi, inovasi, penerapan teknologi ramah lingkungan dan terbarukan, serta menjalin kerjasama dengan berbagai pihak untuk mencapai target.

"Terkait SDG ini, kami sudah melihat di goals ketiga, yang menyangkut kesehatan, riset obat-obatan dan vaksin itu harus dipush habis-habisan. Kemudian di goals yang ke tujuh belas, partnership. Jadi kita sudah menambah dua goals. Goals untuk riset dan partnershipnya." lskandar mengatakan semua komponen bangsa harus memperhatikan 17 tujuan SDG itu sebab jika tidak sustainable maka Indonesia sulit mencapai kemandirian. Bio Farma, kata lskandar, merupakan sedikit perusahaan dunia yang sudah memiliki paspor global. "Kurang dari 30 perusahaan vaksin dunia yang sudah mengantongi paspor global seperti itu. Kita satu – satunya dari negara berkembang." Di India ada beberapa, China belum, Brasil ada satu dan Indonesia. Menurutnya, Indonesia patut berbangga karena menjadi negara berkembang yang ternyata mampu membuat produk dari bioteknologi.

KUAT DI DALAM & LUAR NEGERI

Sebagai BUMN, Bio Farma bertekad untuk memperluas pemasaran produknya, baik di luar negeri dan dalam negeri. Direktur Pemasaran Bio Farma, Mahendra Suhardono mengatakan pasar dalam negeri perlu digarap lebih jauh menyusul semakin bertambahnya kelas menengah di Tanah Air. Menurutnya, perusahaan tidak lagi mengkampanyekan langkah preventif kesehatan melainkan sudah melangkah ke kampanye promosi kesehatan seperti ke kalangan menengah yang dinilai memiliki anggaran belanja kesehatan sendiri. Mahendra optimistis produk perseroan akan terserap oleh pasar swasta di dalam negeri mengingat harga produk yang sangat kompetitif. “Kami lebih memikirkan hal yang sejalan dengan pemerintah untuk memperkuat industry dalam negeri, walaupun ada pesaing untuk kompetisi,” ujarnya.

Sumber : Bisnis Indonesia

Untuk informasi lebih lanjut, Anda dapat menghubungi:

N Nurlaela

Head of Corporate Communications Department.

PT Bio Farma (Persero)

Jl. Pasteur No. 28 Bandung – 40161 Indonesia

Phone : +62 22 2033755 ext. 37431

Fax : +62 22 2041306

Email : mail@biofarma.co.id

Web : www.biofarma.co.id

Twitter | Instagram | Youtube : @biofarmaID