

Bio Farma Raih Indonesia Most Reputable Companies Award 2026, Tegaskan Reputasi Berbasis Kapabilitas dan Kepercayaan



Bandung, 11 September 2026 - Bio Farma meraih Indonesia Most Reputable Companies Award 2026 dan Indonesia Most Reputable Companies Champions Excellence 2026 yang diselenggarakan oleh SWA dan Business Digest. Penghargaan diserahkan dalam *Conference & Awarding* yang mengangkat tema “*Strengthening Corporate Reputation and Employee Engagement in the Age of Rising Stakeholders Expectation.*” pada 10 September 2026 di Jakarta.

Penghargaan ini menjadi pengakuan atas konsistensi Bio Farma dalam membangun kepercayaan para pemangku kepentingan. Dalam perjalanan perusahaan selama 136 tahun, reputasi Bio Farma tumbuh seiring kontribusinya dalam mendukung program imunisasi nasional, sekaligus membawa industri kesehatan Indonesia semakin dikenal dan dipercaya di tingkat global.

Pemimpin Redaksi SWA, Kemal Effendi Gani, menyampaikan bahwa reputasi merupakan hasil dari perjalanan panjang sebuah perusahaan dan tidak dapat dibentuk dalam waktu singkat.

“Reputasi adalah akumulasi perilaku dan keputusan yang kita ambil. Reputasi yang baik tidak dibangun dalam satu malam, tetapi harus dirawat setiap hari, terlebih di era media sosial. Kami mengucapkan selamat kepada perusahaan penerima penghargaan. Mari bersama-sama tidak hanya membangun perusahaan yang profitable, tetapi juga trusted; bukan hanya perusahaan yang besar, tetapi perusahaan yang layak dipercaya dan membanggakan,” ujar Kemal.

Pandangan tersebut sejalan dengan perjalanan Bio Farma dalam membangun kepercayaan melalui konsistensi kinerja, kapabilitas, serta kontribusi nyata bagi masyarakat. Memasuki usia ke-136

tahun, Bio Farma terus memperkuat transformasi dari produsen vaksin menjadi perusahaan *life science* yang berorientasi pada inovasi dan penyediaan solusi kesehatan.

Direktur Utama Bio Farma, Shadiq Akasya, menegaskan bahwa reputasi perusahaan tidak cukup dibangun melalui komunikasi, tetapi harus ditopang oleh kemampuan yang dapat dibuktikan serta manfaat yang dapat dirasakan masyarakat.

“Reputasi tidak dibangun melalui komunikasi semata, tetapi melalui kapasitas yang nyata. Bagi Bio Farma, kepercayaan yang telah dibangun selama 136 tahun harus terus dibuktikan melalui kualitas produk, inovasi, kemampuan memenuhi standar global, serta konsistensi dalam memastikan produk kesehatan dapat sampai kepada masyarakat,” ujar Shadiq

Salah satu fondasi reputasi Bio Farma adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi standar internasional yang ketat di industri vaksin. Lebih dari 20 produk Bio Farma telah memperoleh *WHO Prequalification* (WHO PQ), yang memungkinkan produk tersebut digunakan dalam berbagai program kesehatan internasional, termasuk melalui mekanisme pengadaan UNICEF.

Pencapaian tersebut mencerminkan kapabilitas industri kesehatan nasional dalam menghasilkan produk yang memenuhi standar keamanan, mutu, dan efektivitas pada tingkat global. Kemampuan memenuhi persyaratan internasional sekaligus membuka akses ke pasar global menunjukkan bahwa produk kesehatan yang dikembangkan dan diproduksi di Indonesia memiliki daya saing serta dapat memberikan kontribusi yang lebih luas bagi kesehatan masyarakat dunia.

Bagi Bio Farma, kepercayaan tersebut juga membawa tanggung jawab yang semakin besar. Reputasi perusahaan farmasi tidak berhenti setelah suatu produk selesai diproduksi. Kualitas dan kepercayaan harus terus dijaga sepanjang rantai pasok hingga produk diterima dan digunakan oleh masyarakat.

“Reputasi perusahaan farmasi tidak berhenti ketika produk selesai diproduksi. Reputasi justru dipertaruhkan ketika produk tersebut didistribusikan hingga ke tangan masyarakat. Karena itu, menjaga kualitas dari hulu hingga hilir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari upaya kami menjaga kepercayaan,” lanjut Shadiq.

Indonesia Most Reputable Companies 2026 menempatkan reputasi tidak semata-mata sebagai persoalan citra, melainkan sebagai hasil dari persepsi publik terhadap kinerja dan hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan. SWA dan Business Digest melakukan survei terhadap 5.000 responden yang merupakan pelanggan dari berbagai kategori produk dan jasa. Selain survei tersebut, proses penjurian tahun ini diikuti oleh 14 perusahaan partisipan.

Penilaian dilakukan berdasarkan empat dimensi utama, yaitu *Product & Services*, *Corporate Credibility*, *Value & Program*, serta *People & Relationship*. Dimensi tersebut menggambarkan bahwa reputasi dibangun melalui kualitas produk dan layanan, kredibilitas perusahaan, nilai dan program yang dijalankan, serta kualitas hubungan dengan para pemangku kepentingan.

“Penghargaan ini bukan hanya apresiasi atas apa yang telah kami capai, tetapi juga menjadi tanggung jawab untuk terus menjaga kepercayaan. Reputasi harus dibuktikan setiap hari melalui apa yang kami hasilkan dan manfaat yang dapat dirasakan masyarakat. Kami ingin kemampuan industri kesehatan Indonesia semakin dipercaya, tidak hanya di dalam negeri, tetapi juga di tingkat global,” tutup Shadiq.

Sebagai bagian dari ekosistem Danantara, Bio Farma memandang reputasi dan kepercayaan sebagai modal penting untuk mengoptimalkan perannya sebagai aset strategis nasional. Melalui peningkatan kinerja dan daya saing industri kesehatan, Bio Farma terus memperluas manfaat kesehatan bagi

masyarakat sekaligus mendukung penguatan kemandirian kesehatan nasional.

Sejalan dengan semangat *“Advancing Hope, Shaping The Future”*, Bio Farma terus mendorong agar kapabilitas, aset, dan inovasi yang dimiliki perusahaan dapat menghasilkan nilai yang semakin besar bagi Indonesia. Kontribusi tersebut diwujudkan melalui penyediaan produk dan solusi kesehatan yang meningkatkan kualitas hidup masyarakat, penguatan kinerja industri strategis nasional, serta penciptaan nilai jangka panjang melalui inovasi dan pertumbuhan yang berkelanjutan dengan tata kelola dan integritas sebagai fondasi.

Bagi Bio Farma, reputasi pada akhirnya bukan hanya tentang bagaimana perusahaan dipersepsikan, tetapi juga tentang seberapa konsisten perusahaan dalam memberikan manfaat, menjaga kepercayaan, dan menciptakan nilai yang berkelanjutan bagi Indonesia dan generasi mendatang.

--o0o--

Untuk Informasi Media, Hubungi :

Komunikasi Perusahaan

PT Bio Farma (Persero)

Corcom@biofarma.co.id