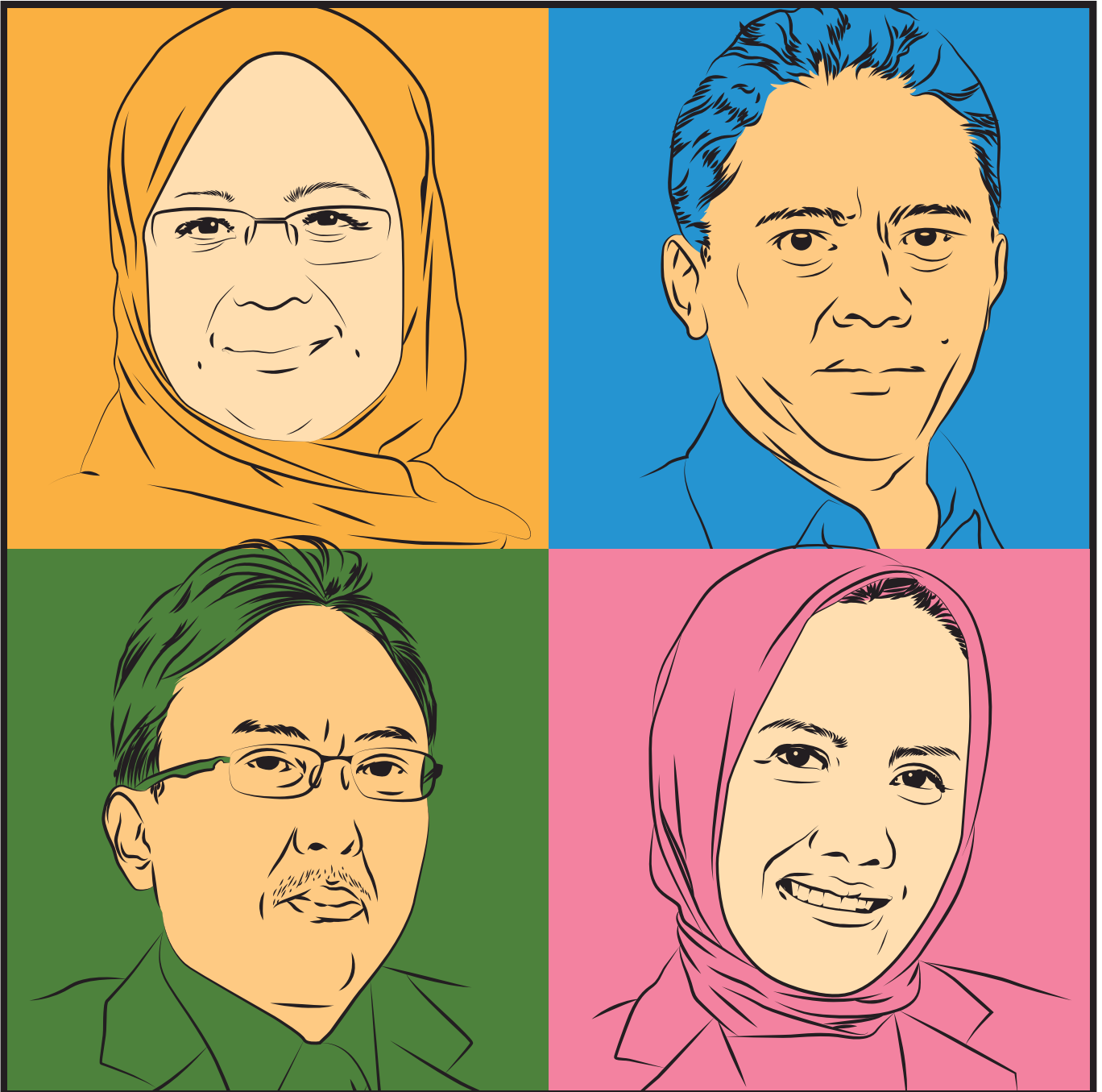


Aspiratif & Inspiratif Swara



Edisi
Media komunikasi internal PT Phapros Tbk. Apr–Jun 2016



Melaju Cepat, Mempertahankan Prestasi

Redaksi

**Penasihat dan
Penanggung Jawab**
Direksi
PT Phapros Tbk.

Pemimpin Redaksi
Imam Ariff Juliadi

Sidang Redaksi
Dwi Susanti
Zahmilia Akbar
Annisa Dewi Yustita
Arie Wicaksono
Jalu Satwiko S.K.

Alamat Redaksi
Kantor Pusat PT Phapros Tbk.
Gedung RNI,
Jl. Denpasar Raya Kav DIII
Kuningan, Jakarta Selatan
Tel. 021-5276263
Fax. 021-5209831

Email
redaksiswara@phapros.co.id

*IF EVERYONE is moving forward together,
then success takes care of itself.*

Menggerakkan insan Perusahaan untuk maju bersama. Itulah rahasia Henry Ford membangun raksasa bisnis yang juga dikenal sebagai produsen otomotif pertama untuk *mass market*: Ford Motor Company.

Walau tak sehebat Ford Motor, itulah yang telah dilakukan Phapros hingga kita bisa berada pada posisi sekarang. Seperti Ford yang bukan penemu mobil atau pun lini perakitan, kita juga bukan penemu [sebagian besar] produk maupun sistem produksi obat. Tetapi, dengan bergerak seiring dalam memproduksi dan menjajakan produk yang benar, dengan cara yang benar, dan pada saat yang benar, Perseroan mampu mengibarkan diri di kancah nasional dengan tetap mempertahankan pabrik di daerah.

Dalam perjalanan bisnis, kita berhasil menghasilkan berbagai produk yang mendapat sambutan luar biasa

dari khalayak. Dan produk tersebut bukan cuma *Antimo* yang OTC, melainkan juga berbagai produk etikal yang, antara lain, menempatkan Phapros sebagai perusahaan farmasi yang disegani di segmen obat ortopedik.

Memasuki era JKN, Phapros memperkokoh posisi di bidang terapi ortopedi dengan menawarkan dua produk alat kesehatan: *Implancast* dan *VP Shunt*. Dengan kedua produk bernilai tinggi ini, kita bisa berharap Perseroan akan semakin berkibar di tengah persaingan yang kian mencekik pemberlakuan lanjut sistem *e-Catalogue*.

Tetapi, guna meraih sukses yang lebih besar—bahkan mempertahankan prestasi—perlu kerjasama sinergis. Maklum, saat ini, menawarkan produk yang diminati belumlah cukup. Sistem *e-Catalogue* yang menekan harga dari tahun ke tahun mengharuskan pula *cost-effectiveness*. Untuk itu, kita perlu *moving forward together*.

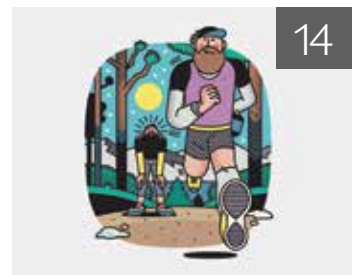
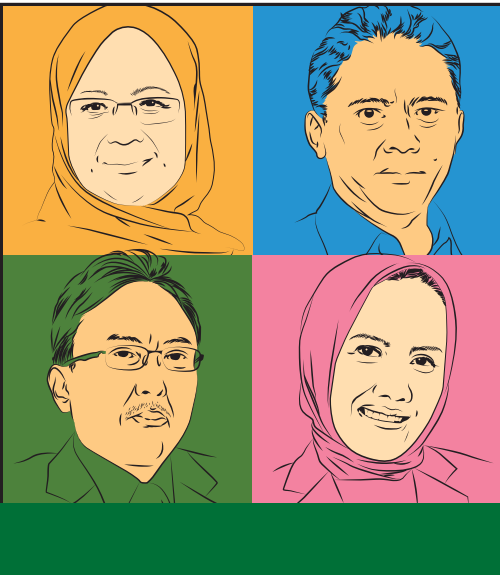
Salam SPIRIT! ▲

Redaksi



"In the end, it's not the years in your life that count.
It's the life in your years."

Abraham Lincoln



Daftar Isi

- 2 Beranda
- 2 Daftar Isi
- 3 Swara Anda

WARTA

- 3 Ribuan Paket KePo
di Halaman Masjid Al-Ikhlâs

LIPUTAN UTAMA

- 4 Kinerja Semester I/2016
- 6 Nakhoda Baru
di Tengah Persaingan Seru

LIPUTAN KHUSUS

- 8 Sukses Awal di Tengah
Persaingan *e-Catalogue* 2016
- 10 *Generation Y*:
Aset atau Liabilitas?
- 11 Galeri Peristiwa:
Menunaikan CSR, Meningkatkan Inovasi
- 12 Cakrawala:
Waspada! Efek Samping Obat

KESEHATAN

- 13 DASH Diet
Lebih dari Sekadar Mencegah Hipertensi

INSPIRASI

- 14 Agar Bugar di Kantor
- 14 Cakrawala
Persiapkan Disi sebelum Mendaki
- 16 *Lil' Stories 'bout Value and Self Confidence*
- 16 Asah Otak
- 16 Humor



Redaksi menerima sumbangan artikel, foto, dan karya lain yang sesuai dengan misi penerbitan Swara. Karya yang dimuat akan mendapat imbalan sepentasnya.

Redaksi juga menerima masukan berupa opini, kritik, dan saran untuk kemajuan buletin yang kita cintai ini. Masukan terbaik akan dimuat dalam rubrik Swara Anda.

Karya, kritik, saran dan/atau masukan lain harap dikirimkan melalui e-mail ke:

redaksiswara@ptphapros.co.id

Terima kasih untuk kontributor Swara edisi ini. Kami menantikan kontribusi Anda untuk edisi selanjutnya.

Redaksi

Dear Redaksi **Swara**,

Terima kasih sudah menjadi media internal yang informatif dan bisa menambah wawasan kami. Kalau boleh saya memberi saran, mungkin akan lebih menarik lagi jika tampilan **layout Swara** bisa benar-benar seperti majalah yang banyak memuat foto dokumentasi *event*, sehingga lebih *eye-catching*, seperti pada edisi Januari–Maret lalu.

Terima kasih.

Yono — Ticketing, KP Jakarta

Hai, Mas Yono,

Wah, terima kasih kembali, Mas. Tim Redaksi juga senang jika **Swara** memberikan manfaat bagi *Phaprosers*. Untuk masalah layout, kami memang sangat mengusabakan agar tampilan **Swara** bisa sama menariknya dengan majalah-majalah yang beredar di masyarakat tanpa harus mengurangi poin-poin penting dalam tulisan yang dimuat. Tim Redaksi memberikan porsi yang cukup besar untuk foto atau ilustrasi, dengan tetap menjaga agar ruang yang tersedia untuk tulisan cukup lapang.

Salam **Swara**.

Redaksi

Dear Redaksi **Swara**,

Saya tertarik dengan dunia fotografi, bisakah Tim Redaksi **Swara** memberikan pelatihan dasar fotografi kepada *Phaprosers*? Saya yakin, banyak *Phaproser* yang juga tertarik menekuni fotografi.

Terima kasih.

Andharu — IT

Hai, Andharu,

Usul yang kamu berikan sejalan dengan rencana Tim Redaksi. Kami berencana memberikan pelatihan *jurnalistik*, seperti teknik peliputan berita, fotografi, dan penulisan berita. Pelatihan ini nantinya tentu akan berguna bagi mereka yang hobi fotografi dan juga menulis.

Namun, kami belum bisa menentukan kapan pelatihan tersebut diadakan. Tunggu pengumumannya saja, ya...

Salam **Swara**. ▲

Redaksi



Ramadhan tiba...
Ramadhan tiba...
Ramadhan tiba.....

ITULAH lagu ceria yang dibawakan Bimbo setiap kali memasuki bulan puasa bagi ummat Islam. *Phapros* sendiri menyambut Bulan Suci tersebut dengan bantu meningkatkan keceriaan masyarakat sekitar.

Ya, setiap pertengahan menjelang akhir Ramadhan, *Phapros* selalu mengadakan Bazaar, alias Pasar Murah. Dan, pada Bazaar Ramadhan 2016, *Phapros* menyediakan paket sembako dengan harga miring. Sembako dipilih karena setiap

Bazaar Ramadhan 2016: Ribuan Paket KePo di Halaman Masjid Al-Ikhlas

menjelang Idul Fitri harga bahan kebutuhan pokok selalu membubung tinggi.

Diselenggarakan di halaman Masjid Al-Ikhlas, tepat di depan pabrik *Phapros*, Bazaar Ramadhan merupakan salah satu *event* yang dinanti warga sekitar. Tetapi, pasar murah pada Bulan Puasa 2016 tersebut istimewa.

Jatuh pada bulan Juni, tepatnya 25–26 Juni, Bazaar Ramadhan 2016 sekaligus menjadi bagian dari rangkaian panjang acara Hari Ulang Tahun [HUT] *Phapros* yang jatuh pada 21 Juni. Sebab itu, *Phapros* yang memasuki usia ke-62 menyediakan paket yang lebih dari biasanya. Bekerjasama dengan Koperasi Menjangan Enam, kita menawarkan 1.800 paket “KePo” harga terjangkau.

Setiap paket “KePo” — kebutuhan pokok — yang diujakan berisi 5kg beras, 1kg gula pasir, dan 1kg minyak goreng. Untuk setiap paket, warga cukup merogoh kocek sebesar Rp66.800, setidaknya 10% lebih murah dari harga pasar. Selain itu, warga dapat pula membeli kebutuhan Ramadhan dan Lebaran lainnya, seperti kacang-kacangan, sirup, mie instan, pakaian.

“Kami berharap, kegiatan semacam ini bisa meringankan

beban ekonomi warga mengingat harga kebutuhan pokok yang melambung tinggi jelang Lebaran,” ujar Barokah Sri Utami, Direktur Utama PT *Phapros*, Tbk.

Diramalkan oleh 20 *stand produk* pakaian, perlengkapan rumah tangga, hasil UKM lainnya, Bazaar Ramadhan 2016 ini juga merupakan bagian dari program BUMN Hadir Untuk Negeri yang digagas Kementerian BUMN RI. ▲



Oleh:

Annisa Dewi Yustita





Kinerja Semester I/2016 Melaju Cepat, Mempertahankan Prestasi

Mengukir prestasi jelas sesuatu yang tak gampang. Tetapi, mempertahankan prestasi yang luar biasa adalah sesuatu yang tak kalah sulit—bahkan [mendekati] *impossible*. Dilema sukses itulah yang harus dihadapi Phapros pada 2016. Apa yang mesti dilakukan Perseroan untuk mengubah *mission impossible* tersebut jadi *possible*?

4

SUKSES adalah sebuah tantangan, kalau tak dapat disebut ancaman. Dan sukses besar adalah tantangan besar. Kita lihat saja. Pada 2015, dengan nilai dollar AS sempat terjun bebas ke Rp14.500—padahal 90% lebih bahan baku obat harus diimpor dan harga obat terus tertekan dengan pemberlakuan *e-Catalogue* yang memasuki tahun kedua—Phapros berhasil meningkatkan kinerjanya. Pada 2015 itu, Laba Bersih Perseroan meningkat 39,2% dari Penjualan Bersih yang tumbuh 19,6% atau empat kali lipat rerata industri yang 4,7%. Dengan kata lain, sebuah pencapaian yang sulit dikalahkan.



Oleh:
Annisa Dewi Yustita

Pada 2016, tahun ketiga pemberlakuan *e-Catalogue*, harga obat yang ditawarkan ke industri farmasi untuk pelayanan kesehatan di bawah skema Jaminan Kesehatan Nasional [JKN] kembali mengalami penurunan. Pada penawaran *e-Catalogue* Paket-1, misalnya, rerata harga yang ditawarkan—semuanya obat generik [OGB]—30% lebih rendah dibanding paket yang sama pada 2015. Padahal, nilai tukar dollar AS terhadap rupiah tetap bertengger tinggi, di atas Rp13 ribu.

Menolak terjebak dalam perang harga, Phapros hanya mengajukan penawaran untuk beberapa produk yang menjanjikan margin lumayan. Itulah sebabnya, pada kuartal I/2016 kinerja kita tidak sekinclong tahun lalu. Pada 2015, di awal tahun saja Perseroan sudah bisa tancap gas. Dengan demikian,

memasuki bulan ketiga, target pencapaian Laba Bersih tahun berjalan sudah dapat dipastikan bakal tercapai.

Perlu dicatat, pada 2015 itu lelang harga untuk *e-Catalogue* tidak dipecah-pecah sampai belasan paket. Untuk 2016, paket lelang terakhir—Paket-14—baru ditawarkan pada bulan April.

Di sinilah Phapros dituntut untuk menunjukkan kemampuannya. Dan, kita harus bersyukur bahwa pembelajaran yang terus dilakukan sejak uji-coba penggunaan *e-Catalogue* pada 2013 terbukti membuahkan hasil yang diinginkan. Perseroan, sekali lagi, berhasil menutup “musim *e-Catalogue* 2016” dengan kinerja yang membanggakan.

Pada musim *e-Catalogue* 2016, Phapros berjaya memenangkan 36 *item* OGB *plus* dua *item* obat



dengan nama dagang [OND]. Paket senilai Rp271 miliar tersebut—13% dari nilai total *e-Catalogue* 2016—jauh lebih besar ketimbang yang dimenangkan perusahaan farmasi mana pun di Indonesia, yang jumlahnya 200 lebih.

Hal lain yang membanggakan, itu tadi, Phapros juga berhasil memasukkan dua *item* OND ke *e-Catalogue* 2016. Apalagi, selain kecenderungan *e-Catalogue* yang sangat berorientasi OGB, kedua *item* OND Phapros tersebut, *Spica* dan *E-some*, adalah produk yang relatif baru.

Keberhasilan mengibarkan *Spica* dan *E-some* juga menunjukkan kejelian Phapros membidik peluang di ceruk pasar bernilai tambah tinggi: Produk obat suntik. Membutuhkan keterampilan dan fasilitas khusus, produksi sediaan obat steril ini tak gampang

dimasuki oleh kebanyakan perusahaan farmasi nasional.

Di Phapros, visi yang jauh ke depan telah menuntun Perseroan untuk melipatgandakan kapasitas produksi sediaan injeksi. Dengan peningkatan tersebut, kita sekaligus juga jadi memiliki kemampuan lebih buat mengibarkan diri sebagai *toll-in manufacturer* terbesar di Indonesia untuk sediaan obat steril yang bernilai tambah tinggi tersebut.

Phapros bukan saja memenangkan paket e-Catalogue terbesar, tetapi juga berhasil memasukkan dua produk obat bermerek, Spica dan E-some, untuk pemakaian obat JKN....

Bukti lain ketajaman visi Phapros—sekaligus kemampuan mengeksekusi rencana besar—adalah perolehan PQ WHO. Dan, pada 2014, Perseroan adalah satu-satunya perusahaan farmasi Indonesia yang mendapatkan sertifikasi dari WHO tersebut. Dengan perolehan PQ WHO, Perseroan mendapat lampu hijau untuk memasarkan produk FDC Phapros buat untuk kebutuhan WHO di seluruh dunia.

Saat ini, keberhasilan Phapros merebut kue lelang *e-Catalogue* terbesar April 2016 lalu telah mewujudkan jadi kinerja keuangan yang membanggakan pada semester I/2016. Per 30 Juni 2016, Perseroan berhasil meningkatkan Penjualan Bersih menjadi

Rp351,65 miliar, dari Rp302,09 miliar pada akhir semester I/2015. Yang lebih membanggakan, dari peningkatan Penjualan Bersih yang “hanya” 16,4% itu, kita berhasil meningkatkan Laba Bersih sampai 22,9% menjadi Rp28,42 miliar.

“Kami menargetkan hingga bulan Juni nanti, atau pada semester I/2016, Phapros bisa melampaui Rp318 miliar atau tumbuh sebesar 5,3%. Kami optimistis jumlah tersebut bisa kami raih dalam waktu kurang dari enam bulan ke depan,” ujar Barokah Sri Utami, beberapa saat setelah terpilih sebagai Direktur Utama Phapros, April 2016 lalu.

Pencapaian yang disampaikan ke Otoritas Jasa Keuangan dalam Laporan Keuangan Semester I/2016 di atas menunjukkan bahwa kita bahkan telah melampaui target. Penjualan Bersih Perseroan bukan hanya meningkat 5,3% seperti yang dijanjikan, melainkan 16,4%.

Sebagai catatan, pada triwulan I/2016 Phapros juga telah meningkatkan Penjualan Bersih dan Laba Bersih masing-masing 11,4% dan 6,5%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa Perseroan memiliki kemampuan bersaing yang tinggi pula di pasar obat regular. Menjanjikan margin lebih tinggi,



Nakhoda Baru di Tengah Persaingan Seru

Oleh:
Annisa Dewi Yustita



PENGUNAAN *e-Catalogue* yang berbasis lelang membuat harga obat Jaminan Kesehatan Nasional [JKN] semakin tertekan. Dengan JKN yang diharapkan mencakup seluruh penduduk Indonesia pada 2019, persaingan di industri farmasi akan kian mencekik.

Di tengah tekanan eksternal yang menguat tersebut, Phapros terus melakukan transformasi, termasuk di jajaran manajemen puncak. Inilah nakhoda baru Perusahaan di era menuju cakupan semesta 2019:

Dra. Barokah Sri Utami, M.M., Apt.

LULUS dari Institut Teknologi Bandung [ITB] pada 1989, Bu Emmy [demikian panggilan akrabnya] menempa diri sebagai orang produksi. Beliau memulai karir di Phapros sebagai staf Pemastian Mutu dan Pengawasan Produksi [pada 1990] sampai menduduki Kepala Seksi Perencanaan Produksi dan Pengendalian Persediaan [1999].

Setelah ditugaskan di Bagian Sumberdaya Manusia [SDM]—sebagai Kepala Seksi SDM (1999) sampai menjabat Manajer SDM dan



persaingan di pasar obat non-JKN ini tak kalah sengit. Pada triwulan I/2016, seperti yang telah disampaikan, Perseroan hanya memasok sedikit obat JKN yang diperhitungkan memberikan margin positif.

Guna memenangkan persaingan di segala lini tersebut, Phapros harus terus meningkatkan efisiensi melalui inovasi proses bisnis, termasuk penyediaan bahan baku. Untuk peningkatan kapasitas produksi, pada 2016, Perseroan bahkan telah menyiapkan *capital expenditure* Rp126 miliar. Selain itu, Perseroan juga memperdalam penetrasi ke produk alat kesehatan.

Strategi *operational-excellence* tersebut, dipadu dengan upaya pemasaran yang difokuskan pada jenis-jenis produk yang menjanjikan margin laba besar, terutama untuk OGB, telah mengubah

mission impossible jadi *possible*. Buktinya, itu tadi, di tengah persaingan yang semakin mencekik dengan makin menipisnya margin akibat kian banyaknya perusahaan farmasi [kecil] yang menyerbu masuk ke *e-Catalogue* mengandalkan jurus banting harga, Phapros tetap mampu meningkatkan Laba Bersih yang bahkan lebih tinggi ketimbang peningkatan Penjualan Bersih.

Hal lain yang tak kalah membanggakan, semua prestasi bisnis tersebut diraih tanpa meninggalkan jatidiri Phapros sebagai good corporate citizen. Pada 2016, Perseroan bukan hanya berhasil mempertahankan peringkat PROPER HIJAU untuk kali yang keempat, tetapi juga memborong empat trofi Green Award untuk empat kategori. ▲

Di tengah persaingan yang semakin mencekik dengan menipisnya margin akibat kian banyaknya perusahaan farmasi yang menyerbu e-Catalogue mengandalkan jurus banting harga, Phapros mampu meningkatkan Laba Bersih yang lebih tinggi ketimbang peningkatan Penjualan Bersih.

7

Pelayanan Umum [2002–2003]—kemudian di Bagian Pengembangan Bisnis sebagai Manajer [2003], beliau kembali ke Bagian Produksi sebagai Manajer P4 [2010–2012]. Sebelum terpilih menjadi Direktur Utama, Bu Emmy yang pada 2004 meraih gelar Magister Manajemen dari Universitas Diponegoro, Semarang, menjabat sebagai Direktur Produksi [2013–2016].

Heru Marsono, S.E., M.M.

MENITI karir di Phapros sejak 1990, Pak Heru meraih gelar sarjana di bidang Manajemen Perusahaan dari Universitas 17 Agustus, Semarang [1998], dan Magister Manajemen dari Universitas Semarang [2014]. Setelah menjabat Asisten Manajer Akuntansi [2001], beliau dipercaya jadi Asisten Manajer Administrasi SDM dan Hubungan Industrial [2003–2009], dan Manajer Akuntansi [2009–2014].

Beliau terpilih sebagai Direktur Keuangan pada RUPS-LB, April 2016, setelah sempat menduduki kursi dan Manajer Akuntansi Keuangan [2015–2016].

Chairani Harahap, S.E.

SEBAGAI orang marketing, Bu Chairani punya rekam jejak yang panjang. Memulai karir di PT Rajawali Nusindo sebagai Detailer Lederle [1994–1998], beliau pernah menjabat Account Executive [1998–2000] dan Supervisor Rajawali Medical di Medan [2000–2003]. Setelah itu, beliau dipercaya jadi Kepala Operasional Nusindo Cabang Medan [2003–2006], Kepala Cabang Denpasar [2006–2008], dan Kepala Cabang Medan [2008–2012].

Sebelum terpilih sebagai Direktur Marketing Phapros, Bu Chairani menjabat sebagai Direktur Operasional Nusindo.

Drs. Syamsul Huda, Apt.

MERAIH gelar Apoteker dari Universitas Gadjah Mada pada 1990, Pak Syamsul mengawali karir di Phapros sebagai Kasubsi Penelitian Ilmiah [1991–1996]. Beliau kemudian ditugaskan di bidang terkait pengawasan & pemastian mutu [1996–1999] dan SDM [1999–2003]. Karir di bidang produksi dimulai dari Asisten Manajer β-Lactam & Obat Tradisional [2003], sampai dipercaya jadi Manajer Produksi [2010–2012] dan Manajer P4 [2012–2013].

Sebelum terpilih sebagai Direktur Produksi, Pak Syamsul menjabat sebagai Direktur Marketing [2012–2013]. ▲





Sukses Awal di Tengah Persaingan *e-Catalogue* 2016

Dengan pertumbuhan Penjualan Bersih 19,6%—jauh di atas rerata pertumbuhan industri yang hanya 4,7%— 2015 adalah tahun prestasi bagi Phapros. Dapatkan, pada 2016 ini, kita mempertahankan momentum luar biasa tersebut?

Oleh:
Zahmilia Akbar



2016 adalah tahun pembuktian, setelah pada tahun-tahun sebelumnya Phapros menikmati banyak pujian. Bagaimana tidak, pada 2015 kita telah melakukan lompatan besar. Dengan Penjualan Bersih yang tumbuh 19,6% tersebut, kita berhasil meraih pertumbuhan Laba Bersih sampai 39,2%—masuk ke dalam kuadran positif kelompok perusahaan farmasi yang berpotensi untuk “melesat tinggi”, walau secara peringkat kita naik satu tingkat menjadi ke posisi 30 dalam jajaran Top 50 Perusahaan Farmasi Indonesia.

Namun demikian, janganlah para *Phaproser* terlena pada pencapaian yang telah lalu. Bahkan sebaliknya, kita harus membuktikan bahwa pencapaian tersebut bukanlah sebuah gebrakan sesaat, melainkan hasil evolusi panjang yang bersifat sistemik. Pencapaian kita pada 2016 diharapkan menjadi bukti peningkatan sistemik yang dilakukan sejak kepemimpinan terdahulu.

Satu hal yang harus diingat, di era Jaminan Kesehatan Nasional [JKN], peningkatan Penjualan Bersih, apalagi diikuti peningkatan Laba Bersih yang lebih tinggi, tidaklah mudah. Maklum, pada pengadaan obat JKN diutamakan obat generik [OGB] yang secara inheren memberikan margin laba tipis.

Data yang ada juga menunjukkan kondisi pasar yang telah sangat berubah. Saat ini, di pasar bernilai Rp62 triliun yang menjadi ajang persaingan 200 lebih perusahaan farmasi itu, penjualan produk etikal generik tumbuh 16,8%—jauh lebih tinggi ketimbang penjualan produk etikal bermerek yang hanya meningkat 6,6%. Artinya, penggunaan *e-Catalogue* dalam pengadaan obat JKN memang memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pasar farmasi nasional.

Penggunaan *e-Catalogue* yang di satu sisi mendorong pertumbuhan penjualan OGB dan, di sisi lain, menekan pertumbuhan penjualan obat dengan nama dagang [OND] itu juga berpengaruh terhadap pertumbuhan industri farmasi secara keseluruhan. Penerapan JKN yang meningkatkan akses masyarakat terhadap pelayanan kesehatan memang telah meningkatkan penjualan produk farmasi, dalam volume. Tetapi, karena nilai OGB yang menjadi produk obat prioritas dalam sistem *e-Catalogue* yang digunakan jauh lebih rendah daripada nilai OND, pertumbuhan pasar industri farmasi nasional mengalami penurunan, dari sisi nilai.

Hal lain yang menjadi tantangan besar adalah, harga obat dalam *e-Catalogue* cenderung menurun, dari tahun ke tahun. Penurunan harga tersebut terjadi karena penyusunan *e-Catalogue* didasarkan pada sistem lelang harga. Musababnya, agar dapat masuk dalam *e-Catalogue* yang sejatinya adalah





framework pricing tender, kalangan perusahaan farmasi kecil tak segan banting harga. Beberapa bahkan rela melakukan *predatory pricing*—menawarkan harga yang bagi perusahaan farmasi lain di bawah harga pokok penjualan [HPP].

Pada 2016, misalnya, HPS dari produk-produk ditawarkan oleh LKPP dalam lelang *e-Catalogue* Paket-1 mengalami penurunan 30%. Dalam kondisi seperti ini, tentu sulit bagi industri farmasi untuk meningkatkan, bahkan menjaga, pertumbuhan. Harus lebih cermat memilih produk yang ditawarkan, Phapros memasukkan *item* produk yang sedikit dibandingkan pada tahun lalu.

Harga perkiraan sendiri [HPS] yang ditetapkan oleh Kementerian Kesehatan [Kemenkes] merupakan harga dasar dalam lelang *e-Catalogue*. Penawaran oleh sebuah perusahaan farmasi hanya dinyatakan valid kalau sama atau lebih rendah daripada HPS. Selain itu, kalau sebuah perusahaan farmasi memberikan penawaran yang tidak valid untuk satu provinsi, penawaran untuk molekul obat yang sama buat provinsi lain akan hangus.

Dengan aturan main yang beraku sejak 2015 ini, industri tak berani lagi menggunakan “taktik *off-side*” untuk menghindari provinsi dengan lokasi sulit, seperti Maluku. Di kawasan Indonesia Timur yang memiliki fasilitas kesehatan [faskes] tersebar luas dan infrastruktur transportasi yang tidak memadai itu, pemesanan dari faskes yang lazimnya bertahap berat di ongkos—biaya transportasinya bisa lebih mahal ketimbang harga obat yang harus dikirim. Padahal, tidak seperti alat kesehatan [alkes], dalam harga obat yang ditawarkan industri

farmasi harus sudah memasukkan biaya pengiriman sampai ke faskes pengguna.

Beruntung, pada paket lelang selanjutnya HPS yang ditawarkan cukup baik. Dalam lelang yang diselenggarakan LKPP pada April 2015 tersebut, Phapros berhasil memenangkan dua blok lelang, baik untuk produk OGB maupun OND. Untuk OGB, Phapros memenangkan lelang atas 36 *item* obat. Sementara itu, untuk OND, kita memenangkan dua *item* obat, yaitu *Spica* dan *E-some*.

Nilainya? Lebih dari sekadar lumayan: Rp271 miliar.

Perlu dicatat, dengan kontrak pemasokan obat tersebut, Phapros berkibar di peringkat puncak jajaran Pemasok Terbesar JKN pada 2016. Dengan nilai total *e-Catalogue* 2016 yang sekitar Rp2 triliun, kita menguasai pangsa hampir 13%.

Dalam paket lelang April 2016 itu, LKPP menawarkan 257 *item* OGB dan 175 *item* OND. Di luar Phapros, hak untuk memasok 203 *item* OGB dimenangkan oleh 39 perusahaan farmasi dan 118 *item* OND dimenangkan oleh 41 perusahaan farmasi.

Namun demikian, perjalanan untuk mencapai target Penjualan Bersih Rp785 miliar, atau pertumbuhan bisnis 14%, masih jauh. Itulah sebabnya para *Phaproser* dilarang terlena dengan sukses awal yang kita capai. Justru sebaliknya, predikat peringkat puncak yang telah diraih dalam “lomba” *e-Catalogue* 2016 menjadi pemantik semangat bagi insan Phapros untuk meraih prestasi selanjutnya.

Manajemen sendiri sadar bahwa tantangan di depan akan semakin berat. Guna mengantisipasi persaingan yang diperkirakan bakal semakin

sengit, pada April lalu Phapros meluncurkan dua produk alat kesehatan [alkes] yang bernilai tinggi.

Produk alkes pertama, implan ortopedik untuk pinggul [*hip*] dan lutut [*knee*] hasil kerjasama dengan Implants, bahkan sampai tahap *grand launching*, peluncuran resmi. Pada tahap awal, kampiun industri implan ortopedik asal Jerman itu akan memberikan *knowledge transfer*. Pada tahap selanjutnya, Phapros akan melakukan kegiatan produksi sendiri, di bawah lisensi tentu saja.

Produk kedua, *VP Shunt*, yang merupakan buah kerjasama hilirisasi penelitian antara Phapros dan Universitas Gadjah Mada, baru sampai tahap *soft launching*. Alat kesehatan ini sejatinya adalah semacam pompa yang digunakan untuk mengeluarkan cairan di kepala bagi penderita hidrosefalus atau pasien yang mengalami trauma yang menyebabkan akumulasi cairan yang dapat menekan dan, karenanya, membahayakan otak.

Peluncuran kedua produk tersebut menjadi bukti keseriusan Phapros dalam melebarkan sayap bisnis ke produk kesehatan yang menjanjikan. Alkes dinilai menjanjikan karena HPS-nya tidak kelewat ditekan dan biaya distribusinya pun tidak dimasukkan dalam paket harga lelang.

Pemilihan implan ortopedik dan VP Shunt sebagai produk perdana pun bukan alasan. Kebutuhan pasar terhadap keduanya diperkirakan tinggi, karena tingginya pengguna sepeda motor di Indonesia sehingga, pada tahun pertama ini, kita menargetkan penjualan bersih Rp15 miliar...▲



GENERATION Y:

Aset atau Liabilitas?

Besar bersama *gadget*, para kawula muda generasi masa kini — *Gen Y* — punya perilaku yang cenderung tidak *compatible* dengan para manajer dari generasi sebelumnya. Sifat pemberontak mereka bisa menjadi liabilitas. Tetapi, jika dikelola dengan baik, rasa percaya diri *Gen Y* tersebut dapat menjadi aset bagi perusahaan.

Oleh:
Dwi Susanti



BEBERAPA tahun terakhir, isu keluar-masuknya karyawan di suatu perusahaan kian dirasakan sebagai permasalahan organisasi yang tak bisa dikesampingkan. Banyak petinggi perusahaan yang mengeluhkan, “Anak buah sekarang susah diatur, kurang ajar, suka membantah, sibuk dengan *gadget*...”

Ketika fenomena ini terus meluas, timbul pertanyaan: Mengapa hal itu banyak terjadi pada generasi muda sekarang? Apa penyebabnya?

Generation Y

Media massa menghubungkan fenomena di atas dengan “*Gen Y*”—alias *Generation Y*. Belum ada kesepakatan siapa saja yang termasuk dalam generasi penggemar *gadget* ini. Tetapi, beberapa pustaka menyebutkan bahwa sebagian besar *Gen Y* adalah mereka yang dilahirkan di antara tahun 1980-an dan 1990-an.

Editorial
Ad Age pada
Agustus 1993
menyebutkan bahwa
terminologi *Gen Y* kali
pertama digunakan untuk
mendiskripsikan remaja
Amerika Serikat [AS] yang
lahir antara 1981–1992. Generasi

sebelumnya, *Gen X*, dilahirkan antara tahun 1960-an dan 1980-an, sementara *Baby Boomers* antara tahun 1940-an dan 1960-an.

William Strauss dan Neil Howe, sebagai ahli yang menaruh perhatian terhadap masalah antargenerasi, coba mendefinisikan generasi-generasi di AS dalam buku mereka yang terbit pada 1991, *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. Strauss dan Howe selalu menggunakan istilah Generasi

Milenium untuk *Gen Y* yang mereka anggap sebagai generasi yang istimewa. Keyakinan ini dikemukakan lagi dalam buku mereka selanjutnya, *The Fourth Turning* [1997].

Keistimewaan Gen Y

Tetapi, apa istimewanya generasi yang sukar diatur ini? Karena sebuah keniscayaan, banyak studi yang dilakukan terhadap generasi masa kini ini—generasi era keterbukaan dan perubahan instan yang antara lain dipicu perkembangan teknologi informasi.

Sifat sukar diatur *Gen Y*, demikian hasil studi tersebut, berakar dari rasa percaya diri yang besar, kecenderungan suka tampil, dan ambisi yang lumayan besar. Dan, karena memiliki akses luas terhadap informasi, mereka jadi membutuhkan alasan logis untuk setiap tindakan, yang dicocokkan dengan nalar mereka sendiri.

Mereka jadi kritis, *ogah* mengikuti seseorang hanya karena faktor senioritas atau jabatan. Mereka perlu merasa melakukan sesuatu atas inisiatif sendiri, bukan karena disuruh.

Dalam darah mereka mengalir kebutuhan untuk membuktikan diri bahwa mereka bisa. Keinginan berprestasi sudah jadi sifat alami mereka.

Mengelola sang Pemberontak

Saat ini, SDM dalam perusahaan umumnya adalah kombinasi *Gen X* dan *Gen Y*, dua generasi dengan karakteristik berbeda. Perbedaan karakter yang cukup tajam di antara keduanya berpotensi memantik konflik.

Tetapi, sebenarnya, dimana dan dengan siapa pun kita berinteraksi dan menjalin relasi, kunci suksesnya adalah saling menghargai. Untuk

itu, sebagai atasan *Gen Y* ada baiknya lebih mengenali karakteristik mereka sehingga dapat menerapkan gaya kepemimpinan yang sesuai.

Menurut Bill George, *Gen Y* mendambakan sosok pemimpin yang berani untuk terbuka dan transparan serta senantiasa bekerja keras, terlibat dalam setiap aktivitas tim. Para kawula *Gen Y* sangat tak suka seorang pemimpin yang hobi menyuruh-nyuruh, tidak menunjukkan kemampuan yang lebih dari mereka.

Mengingat bahwa cepat atau lambat, *Gen Y* akan bakal mengisi seluruh bagian perusahaan, sangatlah penting untuk memiliki sistem pengelolaan SDM yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Penelitian kolaboratif Institute of Leadership & Management dan Ashridge Business School menemukan, *Gen Y* menginginkan perusahaan dengan sistem yang mendukung pengembangan diri mereka, memberikan imbal-jasa yang baik, menerapkan proses *coaching* yang jelas.

Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa para kawula *Gen Y* menginginkan lingkungan kerja yang terbuka terhadap perubahan, memberikan kebebasan berkreasi, dan memupuk budaya menghargai perbedaan. Maka menjadi penting bagi pengelola SDM untuk dapat mempersiapkan sistem ke-SDM-an yang bisa mewartakan aspirasi kepribadian mereka dengan tetap memperhatikan tujuan besar perusahaan.

Setiap manajer lini juga memiliki tugas yang sama untuk mengelola para generasi penerus perusahaan ini. Tanpa upaya terpadu, sulit untuk mengharapkan lahirnya kader-kader pemimpin yang berkarakter milenial, berkemampuan andal, namun tetap menjunjung tinggi nilai-nilai budaya di perusahaan kita...▲





GALERI PERISTIWA:

Menunaikan CSR, Meningkatkan Inovasi



PENCAIRAN PERDANA DANA KEMITRAAN

DALAM menjalankan bisnis, Phapros selalu meningkatkan kualitas masyarakat di sekitarnya. Caranya: Dengan bantu mengembangkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri.

Untuk itu, Phapros memberi bantuan dana. Dengan pencairan dana kemitraan 2016 tahap pertama Rp1 miliar lebih, total dana yang dikucurkan Phapros per 4 April itu menembus Rp21 miliar, untuk 504 mitra binaan. [Annisa].



PHAPROS RAMAIKAN INACRAFT 2016

PHAPROS kembali meramaikan Inacraft. Pada 20–24 April 2016 itu, kita menampilkan Zawa Leather [kerajinan kulit], Kenanga Jitu [pakaian dan kain batik khas Pekalongan], dan Nadira Collection [gamis dan mukena].

“Kami senang bisa menjadi binaan Phapros dan mengikuti Inacraft 2016,” ujar Via. Bagaimana tidak, pada hari pertama saja produk tas kulit perusahaannya, Zawa Leather, telah menarik banyak peminat. [Annisa].



PENGHARGAAN IGA 2016

PHAPROS Peduli bukanlah sekadar slogan. Buktinya, pada Indonesia Green Awards 2016 yang diselenggarakan La Tofi School of CSR dan Kementerian Kehutanan, 21 Mei, kita menyabet empat trofi untuk empat kategori, termasuk Pengembangan Energi Baru Terbarukan dan Pencegahan Polusi.

Hal ini tentu saja tak lepas dari kerja keras para *Phaproser* yang selalu berupaya agar lingkungan sekitar pabrik tetap hijau. Selamat! [Annisa].



MOU DENGAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

GUNA meningkatkan inovasi di bidang farmasi, Phapros menjalin kerjasama dengan Universitas Airlangga [Unair]. Kerjasama tersebut terutama di bidang sel punca, *stem cells*, yang diketahui banyak digunakan dalam krim transdermal kelas premium.

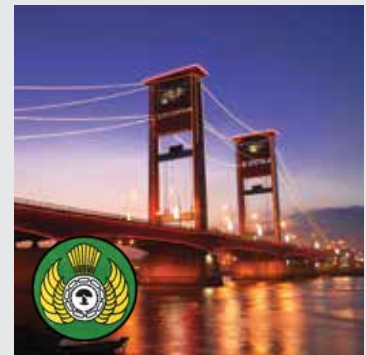
Dalam MoU yang ditandatangani pada 21 April 2016 tersebut, Phapros diwakili oleh Iswanto, Dirut waktu itu, dan Unair oleh Rektor Prof. Dr. Mohammad Nasih [Zahmilia].



PELUNCURAN IMPLANCAST

PRODUKSI alat kesehatan [alkes] asli Indonesia pada 2011–2015, menurut Kementerian Kesehatan, teramat kecil—hanya memenuhi 12,8% kebutuhan. Peluang inilah yang, pada 22 April, diisi Phapros dengan peluncuran *Implancast*, produk implan *arthroplasty*.

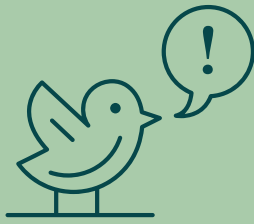
Kebutuhan produk implan tulang yang terus meningkat pesat di Tanah Air menjadi alasan mengapa Phapros memilih *Implancast* sebagai produk alkes perdana. Sukses selalu. [Annisa].



THE 63TH CONTINUING ORTHOPAEDIC EDUCATION

TAHUN ini Continuing Orthopaedic Education [COE] digelar di Palembang. Bertema *Comprehensive Management on Orthopaedic Trauma Patients*, acara COE 2016 ini meliputi simposium, *workshop*, turnamen golf, dan pameran farmasi.

Di *booth*, Phapros menggelar *Hyphobac*, *Kolkatriol*, *Ristonat*, dan *Implancast*. “Ini kegiatan yang rutin kita ikuti,” ujar Dirut Barokah Sri Utami, “terlebih saat ini kita sedang fokus merintis alkes,” ujar [Annisa].



Waspada! Efek Samping Obat

Mempengaruhi aktivitas biologis, obat berpotensi menyebabkan reaksi ikutan yang tak diharapkan. Kemungkinan terjadinya efek samping ini — dan tingkat keparahannya — ditentukan oleh tiga faktor: Sifat obat itu, kerentanan pengguna, dan ketaatan terhadap aturan pakai. Bagaimana cara mencegahnya?

Oleh:
Jalu Satwiko S.K.



PERNAH mengalami sakit kepala, mual-muntah — atau, mungkin, wajah menjadi bengkak — setelah minum obat? Kalau “ya”, itu tandanya *Phapro* pernah mengalami yang disebut sebagai gejala efek samping obat.

Efek samping obat adalah suatu reaksi yang tidak diharapkan, yang muncul setelah menerima suatu obat. Efek samping ini bisa terjadi beberapa saat setelah pemberian obat, tetapi ada pula yang baru terjadi beberapa hari setelahnya. Efeknya pun bermacam-macam, mulai dari yang ringan seperti mengantuk, mual, ruam pada kulit, hingga yang berat semacam reaksi anafilaksis atau sindrom Steven-Johnson.

Hal yang unik dari efek samping obat ini adalah tidak semua orang mengalaminya dan, kalau pun mengalami, reaksi yang terjadi bisa berbeda-beda bagi tiap individu walau jenis obat yang dikonsumsi sama. Itulah sebabnya kita perlu lebih waspada sebelum mengonsumsi obat. Berikut ini adalah beberapa *tips* yang perlu *Phapro* perhatikan agar terhindar dari efek samping obat yang merugikan:

- **Pastikan kita menerima obat yang benar.**

Tips ini khususnya penting untuk diperhatikan bagi orang yang sedang menjalani rawat-inap di rumah sakit. Perlu diketahui, kesalahan pemberian obat sering terjadi di sarana pelayanan kesehatan yang umumnya menerima banyak pasien tersebut. Sebab itu, pastikan selalu obat yang akan diberikan oleh perawat atau apoteker adalah obat yang benar, terutama untuk obat-obat injeksi dan infus.

- **Ceritakan kepada dokter atau apoteker mengenai riwayat alergi dan penyakit yang kita miliki.**

Bila sedang berobat ke dokter atau meminta rekomendasi obat dari apoteker, jangan lupa untuk memberitahukan mereka tentang riwayat alergi atau penyakit yang kita miliki. Mereka perlu mengetahui hal ini, agar tidak memberikan obat yang dapat memicu timbulnya alergi atau memperparah kondisi kesehatan kita.

- **Jangan sembarangan mengonsumsi obat.**

Mungkin di antara kita ada yang pernah mengonsumsi obat tanpa tahu benar kegunaan obat tersebut. Bekal pengetahuan yang seadanya



dapat membuat kita salah mengonsumsi obat, sehingga bukannya sembuh malah penyakit bertambah parah.

Salah satu contoh yang sering terjadi adalah mengonsumsi antibiotik untuk mengatasi penyakit ringan, seperti radang tenggorokan. Selain salah, hal tersebut juga berbahaya! Sebab, perlu diketahui, antibiotik yang digunakan secara serampangan dapat menyebabkan bakteri patogen menjadi kebal sehingga penyembuhan infeksi oleh bakteri tersebut menjadi jauh lebih sulit.

Bakteri yang sudah tidak peka lagi terhadap antibiotik membutuhkan dosis yang lebih besar. Alternatif lain: Harus dilakukan pengobatan menggunakan antibiotik jenis lain yang sering memiliki efek samping lebih buruk.

- **Ikuti aturan pakai yang tertera pada label obat atau sesuai dengan petunjuk dokter.**

Aturan dibuat untuk kebaikan bersama. Begitu pula dengan aturan minum obat. Cara minum obat yang sesuai dengan aturan pakai bukan hanya menjamin efektivitas pengobatan, melainkan juga dapat membantu mencegah terjadinya efek samping. Apalagi, aturan pakai obat dibuat berdasarkan hasil uji klinis. ▲



Lebih dari Sekadar Mencegah Hipertensi

Dinobatkan oleh *US News & World Reports* sebagai metode diet terbaik dan paling menyehatkan sejak 2011, DASH Diet terbukti bukan hanya dapat mengendalikan hipertensi, tetapi juga penyakit ginjal. Apa yang membuat metode diet ini demikian ampuh dan bagaimana menjalankannya?

Oleh:
Annisa Dewi Yustita



NAMA DASH diet mungkin tak kelewat bunyi di Indonesia. Padahal, di Amerika Serikat [AS], metode ini adalah diet yang paling dianjurkan bagi mereka yang ingin menerapkan gaya hidup sehat, mencegah obesitas dan, yang terpenting, menghalau jauh-jauh hipertensi.

Ya, sesuai kepanjangannya — *Dietary Approaches to Stop Hypertension* — DASH diet memang dirancang untuk mencegah dan menurunkan tekanan darah yang kelewat tinggi. Diet *non-vegetarian* ini dapat mengurangi tekanan darah sistolik dan diastolik masing-masing 6 dan 3mm Hg pada pasien pra-hipertensi, yaitu mereka yang tekanan darahnya tinggi namun masih dalam batas normal. Pada penderita hipertensi, DASH diet bahkan dapat menurunkan tekanan darah masing-masing sampai 11 dan 6mm Hg.

Pengembangan lebih lanjut menjadi OmniHeart diet dengan mengganti sebagian karbohidrat dengan protein [separuhnya nabati] atau lemak tidak jenuh [terutama lemak tidak jenuh tunggal] menurunkan tekanan darah, kolesterol “jahat” [LDL], dan risiko penyakit jantung lebih lanjut lagi.

Penurunan tekanan darah tersebut terjadi tanpa penurunan berat badan. Tetapi, justru penekanan yang kelewat tinggi terhadap aspek tekanan darah inilah mungkin yang membuat DASH diet tidak cepat populer di kalangan awam yang agaknya lebih mendambakan bobot ideal. Maklum, bobot tubuh ideal lebih berkorelasi dengan kecantikan atau penampilan fisik yang menarik.

Baru, belakangan, dengan “inovasi” ke arah pengaturan pola makan untuk melangsingkan tubuh [*The DASH Diet Weight Loss Solution*]

dan menjadikan awet muda [*The DASH Diet Younger You*] oleh sektor swasta, popularitas DASH diet meroket. Padahal, karena pada dasarnya metode diet yang dikembangkan National Heart, Lung and Blood Institute [NHLBI yang merupakan bagian dari National Institute of Health, NIH] tersebut merupakan pola makan yang fleksibel dan seimbang, masalah bikin langsing dan awet muda tadi hanya memerlukan sedikit modifikasi.

Merupakan hasil penelitian yang dilakukan di lima pusat studi terkemuka di lima negara bagian, DASH diet mengambil pola makan tipikal masyarakat AS pada awal tahun 1990-an sebagai dasar. Dari studi *multi-center* itulah ditemukan bahwa peningkatan asupan buah dan sayuran, serat, protein, lemak tidak jenuh dan, di sisi lain, penurunan asupan lemak jenuh, dapat menurunkan tekanan darah sehingga disebut DASH diet.

Kaya mineral tertentu — kalium, magnesium, kalsium — kombinasi dalam DASH diet memiliki proporsi bebijian [*whole grains*], daging unggas, ikan, dan kacang-kacangan [*nuts*] yang tinggi serta, sebaliknya, daging merah, makanan manis, dan minuman bergula yang rendah. Dengan demikian, diet yang enam kali berturut-turut, termasuk paa 2016 ini, dinobatkan sebagai diet terbaik dan paling menyehatkan ini

tidak sulit bagi kita, orang Indonesia, yang telah terbiasa mengonsumsi nasi sebagai sumber karbohidrat utama dan tempe-tahu sebagai sumber protein. Apalagi, ikan dan ayam juga bukan merupakan sumber protein yang asing dalam menu kita.

Yang masih kurang dalam pola makan sehari-hari masyarakat Indonesia pada umumnya tinggal buah dan sayuran. Kedua bahan pangan nabati tersebut melimpah, sehingga tak sulit pula — dan tidak mahal — untuk memenuhi kebutuhan asupan kedua sumber serat dan antioksidan tersebut. Tingginya antioksidan membuat DASH diet juga membantu pencegahan penyakit degeneratif lainn, termasuk kanker, penyakit jantung, dan *stroke*.

Godaan lain dalam menu non-tradisional kita adalah teh/kopi manis, gorengan, dan mi instan. Berbahan dasar terigu, bukan lagi *whole grains*, makanan yang disebut terakhir ini rendah serat dan tinggi zat-zat yang tak baik bagi kesehatan, termasuk garam dan lemak jenuh.

Kalau pun mau ditambah dari makanan tipikal Indonesia, kita bisa memilih kombinasi makanan yang menyenangkan:

- Yoghurt dan buah buat sarapan.
- Camilan berbahan dasar kacang atau mete tanpa garam.
- Salad sebagai pengganti gado-gado, karedok, urap, asinan.

Selamat mencoba. ▲





Agar Bugar di Kantor

Kesibukan yang tinggi dapat membuat para karyawan tak punya cukup waktu untuk berolahraga. Apa yang harus dilakukan agar kebutuhan fisik terjaga?

Oleh:
Arie Wicaksono



MANUSIA bukanlah pohon yang tidak memerlukan aktivitas fisik. Dengan berdiam diri berlama-lama metabolisme tubuh akan menurun — otot besar yang tak bergerak dan sirkulasi darah yang melambat akan menurunkan pembakaran lemak hingga 50%. Selain itu, semakin sedikit bergerak, akan makin sedikit pula gula yang dimetabolisme dalam tubuh.

Hasil sebuah penelitian menunjukkan bahwa untuk setiap dua jam yang dihabiskan dengan duduk atau berdiam diri akan meningkatkan risiko diabetes hingga 7%. Lebih dari itu, risiko penyakit jantung pun meningkat, karena enzim yang dalam keadaan normal digunakan untuk menjaga lemak jadi tidak aktif.

Masih kurang? Ada lagi: Dengan sedikit bergerak, menurun pula hormon “*feel good*” yang dihasilkan tubuh.

Kesibukan yang kelewat tinggi di kantor membuat waktu untuk melakukan olah fisik habis. Kalau hal ini tidak disiasati, risiko terkena diabetes dan penyakit jantung tentu akan bertambah besar atau, setidaknya, lebih sulit merasa nyaman — *feel good*...

Tetapi, bagaimana kita bisa tetap berolahraga di tengah jeratan kesibukan tempat kerja?

Ada kiatnya, dan tidak sulit atau memerlukan biaya ekstra. Simak saja *tips* berikut ini:

- **Parkir di tempat lebih jauh.**

Parkirlah atau, kalau naik kendaraan umum, turunlah di tempat yang agak jauh. Dengan begitu, Anda akan dipaksa untuk berjalan kaki agak jauh pula.

- **Jalan kaki setelah makan siang.**

Selain berkontribusi positif untuk kesehatan jantung, otot, paru, dan diafragma, berjalan

jauh selepas makan siang akan membakar kalori. Dengan demikian, risiko obesitas atau kelebihan berat badan dengan segala konsekuensinya akan berkurang.

- **Datang ke kantor lebih awal.**

Sampai di kantor lebih awal membuat Anda memiliki lebih banyak waktu kosong untuk persiapan rutinitas kerja. Waktu ekstra tersebut dapat pula dimanfaatkan untuk berjalan keliling kantor — melakukan olahraga ringan sambil mengenali suasana kantor.

- **Mengetik.**

Mengetik di depan *laptop* atau komputer dapat menjadi aktivitas menyehatkan. Mengetik selama satu jam bisa membakar hingga 100 kalori. Tetapi, tentu saja, jangan keasyikan duduk agar tidak justru meningkatkan



CAKRAWALA

Persiapkan Diri sebelum Mendaki

Mendaki gunung adalah olahraga yang menyehatkan—sekaligus menyenangkan dan menambah wawasan [terhadap alam]. Tetapi, laiknya olahraga petualangan, kegiatan naik-naik ke puncak gunung juga mengandung bahaya. Apa yang mesti dipersiapkan guna mencegah hal-hal yang tak diinginkan?

Oleh:
Annisa Dewi Yustita



REKREASI, petualangan, dan romansa. Tak banyak olahraga yang memiliki tiga pesona ini, selain mendaki gunung. Maka, tak heranlah kalau kegiatan naik gunung — terutama yang tidak harus menggunakan peralatan khusus untuk pemanjatan — jadi olahraga favorit.

Apalagi, sisi romansa olahraga yang dekat dengan alam tersebut kerap ditampilkan di layar perak. *Phaproser* mungkin masih ingat *5 cm*. Dirilis pada 2012, film yang menggambarkan petualangan lima sahabat lama mendaki Gunung Semeru tersebut telah menggugah banyak orang,

termasuk anak-anak dan mereka yang tidak lagi muda, untuk berbondong mendatangi Taman Nasional Bromo buat mengintip keindahan puncak Mahameru.

Sebelum *5 cm*, pernah dirilis *Gie*, yang juga menggambarkan pendakian Semeru. Kalau *5 cm* berakhir *happy*, pendakian *Gie* berujung tragis. Sang tokoh dan seorang rekannya, Idhan, meninggal dalam kecelakaan di puncak yang dikenal sebagai “atap Pulau Jawa” tersebut.

Didasarkan pada biografi Soe Hok Gie, film *Gie* tak bisa menyembunyikan adanya bahaya di balik percumbuan

risiko diabetes, penyakit jantung, dan lain-lain seperti yang telah disebutkan sebelumnya.

- **Naik tangga.**

Kalau jalan [cukup] jauh dirasa belum cukup, cobalah naik tangga. Aktivitas naik tangga selama 15 menit akan membakar hingga 100 kalori. Bila tidak sedang dikejar waktu atau membawa beban berat, naik tangga ke tempat tujuan merupakan aktivitas yang sangat menyehatkan.

- **Menelepon sambil berdiri.**

Aktivitas menelepon sambil berdiri dapat dijadikan sebagai momentum untuk membakar kalori.

- **Memakai gelas kecil.**

Minum di tempat kerja menjadi kebutuhan huna menghindari dehidrasi. Dengan menggunakan gelas kecil, Anda dipaksa untuk bergerak—jalan bolak-balik ke *pantry* untuk mengambil minum.

- **Bangun dari meja kerja.**

Duduk terlalu lama dapat meningkatkan risiko

terkena penyakit serius, termasuk diabetes dan penyakit jantung, hingga 40%. Sebab itu, bangunlah secara berkala dari meja kerja Anda. Luangkan waktu 10–15 menit untuk melakukan aktivitas fisik ringan, seperti berjalan-jalan, *sit-up*, melompat-lompat atau *press-up*. Selain itu, luangkan pula waktu untuk menghampiri meja rekan kerja. Dengan demikian, selain mendapat kebugaran fisik, Anda juga memperkuat jalinan silaturahmi.

Peru diingat, sanggauan kesehatan karyawan bukan hanya mengganggu karyawan itu sendiri, melainkan juga perusahaan tempat Anda bekerja. Menurut *Havard Bussines Review*, sebagian besar, sampai 97%, 500 perusahaan raksasa dunia mengupayakan peningkatan *corporate health* dengan mendorong karyawan untuk menerapkan gaya hidup sehat bagi karyawannya. Tak sedikit perusahaan tersebut menyediakan *fitness center* dan fasilitas olahraga lainnya. Dengan fasilitas tersebut dijamin kondisi fisik karyawan dapat terjaga prima, sehingga produktivitas mereka terus meningkat atau, setidaknya, terjaga tetap tinggi.

Salam SPIRIT.▲



dengan alam. *Nah*, kalau bahaya mendaki gunung itu nyata, mengapa banyak orang mau ambil risiko hanya untuk sejenak menjenguk puncak?

“*Because it's there*—karena puncak [gunung] menanti di situ,” jawab George Mallory ketika pada 1923 ditanya mengapa dia coba mendaki Puncak Everest.

Mallory raib pada pendakian di tahun selanjutnya, dan mayatnya baru ditemukan 75 tahun kemudian, pada 1 Mei 1999. Tetapi, “*because it's there*” telah menghunjam dalam imajinasi para [calon] pendaki gunung dari generasi ke generasi.

Jawaban tersebut memang gagah. *Keren abis*. Kendati demikian, perlu disadari, bahaya yang mengancam dalam pendakian—tak perlu yang medannya sedahsyat Everest atau seberat Mahameru—adalah nyata. Sebab itu, sebelum mendaki gunung, perlu persiapan matang.

Selain harus menggali informasi selengkap mungkin tentang medan yang akan dihadapi, *Phaprosers* juga mesti menyiapkan logistik yang memadai. Kebutuhan minimal yang harus tersedia antara lain pakaian hangat,

sarung tangan, senter, peralatan masak, bahan makanan dan minuman, obat-obatan, alat navigasi. Ponsel satelit akan sangat membantu mengatasi keadaan darurat.

Hal lain yang tak boleh dilupakan adalah stamina fisik yang prima. Bagi para pemula terutama, jangan coba-coba mendaki tanpa persiapan fisik matang, termasuk menyesuaikan diri dengan kondisi di ketinggian—aklimatisasi.

Menurut dr. Hario Tilarso, aklimatisasi dapat meningkatkan *survival*. Di ketinggian, selain suhu yang menggigilkan dan menekan metabolisme, pasokan oksigen yang tipis ke otak bisa memicu vertigo dan menurunkan kesadaran.

Guna mempersiapkan fisik, masih menurut pakar kedokteran olahraga tersebut, perlu dilakukan cukup latihan. Karena mendaki gunung pada dasarnya adalah berjalan jauh, latihan yang harus dilakukan terutama yang dapat meningkatkan kekuatan tungkai serta kapasitas paru dan jantung—mulai dari jalan kaki, *jogging* dan berenang, sampai naik turun-tangga dan bersepeda dengan rute menanjak.

Satu hal lagi: Persiapan logistik dan fisik yang matang tak akan banyak artinya kalau kita tidak pandai menjaga sikap. Hal ini bukan perkara ikut percaya mitos yang diyakini masyarakat lokal, melainkan lebih tentang bagaimana kita menghormati alam.

Banyak pendaki “karbitan” yang naik gunung sekadar untuk pamer di media sosial. Buntutnya, mereka merusak keindahan alam dengan tebaran sampah. Bahkan, seperti yang pernah ditulis *Tempo*, ada pendaki yang, karena ketidakpeduliannya, mencemari Ranukumbolo dengan mandi di danau nun di lereng Semeru itu menggunakan sabun.

Jadi, kalau mendaki gunung, hendaknya kita menjaga betul kelestarian lingkungan dengan membawa turun sampah dan membuangnya di tempat semestinya. Selain itu, jangan bikin api unggun. Kondisi gunung memang gelap, di malam hari. Tetapi, dengan tak membuat unggun, risiko kebakaran hutan jadi minimal.

Secara ringkas, ada tiga prinsip yang harus diperhatikan saat mendaki gunung: *Kill nothing but time, take nothing but picture, leave nothing but footprints*. Selamat mendaki.▲



Lil' Stories 'bout Value and Self-Confidence

A WELL-known speaker started off his seminar by holding up a Rupee 500 note. In the room of 200, he asked, "Who would like this Rupee 500 note?"

Hands started going up. He said, "I am going to give this note to one of you but first let me do this." He proceeded to crumple the note up. He then asked, "Who still wants it?"

Still the hands were up in the air.

"Well," he replied, "What if I do this?" And he dropped it on the ground and started to grind it into the floor with his shoe. He picked it up, now all crumpled and dirty. "Now who still wants it?"

Still the hands went into the air.

"My friends, you have all learned a very valuable lesson. No matter what I did to the money, you still wanted it because it did not decrease in value. It was still worth Rupee 500.

"Many times in our lives, we are dropped, crumpled, and ground into the dirt by the decisions we make and the circumstances that come our way. We feel as though we are worthless. But no matter what has happened or what will happen, you will never lose your value.

"You are special. Don't ever forget it! Never let yesterday's disappointments overshadow tomorrow's dreams. Value has a value only if its value is valued. Make some corner of the world distinctively yours..."▲

THERE was a business executive who was deep in debt and could see no way out. Creditors were closing in on him. Suppliers were demanding payment. He sat on the park bench, head in hands, wondering if anything could save his company from bankruptcy.

Suddenly an old man appeared before him. "I can see that something is troubling you," he said. And after listening to the executive's woes, the old man said, "I believe I can help you."

The business executive saw in his hand a check for \$500,000, signed by John D. Rockefeller, then one of the richest men in the world!

"I can erase my money worries in an instant!" he realized. But instead, the executive decided to put the uncashed check in his safe. Just knowing it was there might give him the strength to work out a way to save his business, he thought.

With renewed optimism, he negotiated better deals and extended terms of payment. He closed several big sales. Within a few months, he was out of debt and making money once again.

Exactly one year later, he returned to the park with the uncashed check. At the agreed-upon time, the old man appeared. But just as the executive was about to hand back the check and share his success story, a nurse came running up and grabbed the old man.

"I'm so glad I caught him!" she cried. "I hope he

hasn't been bothering you. He's always escaping from the rest home and telling people he's John D. Rockefeller." And she led the old man away by the arm.

The astonished executive just stood there, stunned. All year long he'd been wheeling and dealing, buying and selling, convinced he had half a million dollars behind him.

Suddenly, he realized that it wasn't the money, real or imagined, that had turned his life around. It was his newfound self-confidence that gave him the power to achieve anything he went after. ▲



ASAH OTAK

Parkir di nomor berapakah mobil di bawah ini?



Jawaban dikirim ke Redaksi melalui kartu pos ke:

Kantor Pusat PT Phapros Tbk.
Gedung RNI, Jalan Denpasar Raya Kav DIII, Kuningan,
Jakarta 12950

Atau mengirim e-mail ke:
redaksiswara@phapros.co.id

Asah Otak Edisi Januari–Maret 2016.

Jawaban: 1. Kuda 2. Kodok

Redaksi mengucapkan selamat kepada pemenang Asah Otak Edisi Januari–Maret 2016:
Yuki Lahardiana – KP Jakarta
Agus Cahyono – QC

HUMOR

SI BUNGSU yang biasa mendapat perhatian lebih di rumah betul-betul bete, karena merasa teman-temannya di sekolah pada cuek. Sampai di rumah, dengan muka cemberut dia mengeluh, "Tidak ada seorang pun menyayangiku, seisi dunia ini membenciku..."

Sang kakak, yang membukakan pintu, menghiburnya dengan kalem. "Pasti tidak seperti itu, Sayang," ujarnya, "banyak sekali orang di dunia ini yang tidak mengenalmu, bagaimana mereka bisa membencimu?"

Dul : "Mat, kakeknya si Bujel ternyata udah tua banget, lho..."

Mamat: "Emang umurnya berapa?"

Dul : "Nggak tau, deh. Tapi, waktu ulang taunnya kemaren, keluarganya sampai harus mengerahkan pemadam kebakaran untuk niup lilinnya..."

Mamat: "&\$@@%&*@?!..."

"Sayang, Mama tidak mau lagi mendengarkan kamu mengucapkan kata-kata tidak sopan seperti itu!" kata seorang Ibu ketika mendengar anaknya yang masih SD mengucapkan "jalang" dan "binatang" berkali-kali.

"Tapi, Ma, Chairil Anwar juga mengucapkannya," ujar si Anak.

"Kalau begitu, kamu tidak boleh main sama dia lagi!" ▲

