

Phapros

EDISI
2019

- April
- Mei
- Juni

Aspiratif & Inspiratif

Swara

MEDIA KOMUNIKASI PT PHAPROS TBK - INDONESIA

Spirit to Level Up



■ Berbagi Kebahagiaan
**di Bulan
Penuh Berkah**

■ 65 Tahun Berkiprah
**Phapros Garap
Sektor Kosmetik**

■ Waspada!
**Kuman TBC Diam-Diam
Mengintai Kaum Urban**



4

LIPUTAN UTAMA

65 Tahun Phapros Berdiri

Tahun 2019, Phapros genap berusia 65 tahun. Jika dianalogikan sebagai seorang manusia, usia tersebut adalah usia purnatugas, di mana seseorang sudah lebih banyak menghabiskan waktunya di rumah bersama keluarga.



10



14



18

6

LIPUTAN KHUSUS

65 Tahun Berkiprah

Dalam perjalanannya, anak usaha PT Kimia Farma (Persero) Tbk berkode emiten "PEHA" ini kian gencar melakukan ekspansi bisnis, dan salah satu portofolio produk yang sedang dikembangkan adalah kosmetik.



DAFTAR ISI

02	Beranda
03	SWARA Anda
03	Warta
04	Liputan Utama
06	Liputan Khusus
08	Galeri Peristiwa
10	Ulasan Produk
12	Cakrawala
14	Info Kesehatan
15	Pojok Marketing
16	Pojok SDM
18	PKBL-CSR
20	Asah Otak

Swara

MEDIA KOMUNIKASI PT PHAPROS TBK - INDONESIA

REDAKSI

Penasihat dan Penanggung jawab:
Direksi PT Phapros Tbk.

Pemimpin Redaksi:
Zahmilia Akbar

Kontributor:
Dwi Susanti
Ajeng Vania
Hapzon Effendi
Annisa Dewi Yustita
Jalu Satwiko SK
Diah Istantri

Alamat Redaksi:
Kantor Pusat PT Phapros Tbk
Gedung RNI
Jl. Denpasar Raya Kav. D III
Kuningan Jakarta Selatan
Tel. 021-527 6263
Fax. 021-520 9381
Email: redaksiswara@phapros.co.id

BERANDA

SPIRIT to Level Up

Memasuki semester I 2019 berarti memasuki usia. Ya, pada Juni 2019 ini Phapros genap berusia 65 tahun. Sebuah perjalanan panjang dan apabila dianalogikan dengan usia manusia, tentulah sudah banyak asam garam yang dilalui.

Pencapaian demi pencapaian berhasil diperoleh Phapros sejak awal berdiri. Mulai dari produksi Livron B Plex dan Antimo sebagai dua produk andalan Phapros hingga saat ini, diraihinya sertifikat CPOB dan ISO, dan yang terakhir adalah pencatatan perdagangan saham Phapros di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Di usia 65 tahun ini, Phapros juga resmi bergabung dengan keluarga barunya,

PT Kimia Farma (Persero) Tbk. Dengan "ayah" baru yang juga bergerak di bidang farmasi, tentu hal ini akan membuat Phapros lebih lincah dalam melakukan berbagai aksi korporasi dan inovasi.

Tahun ini, Phapros bertekad untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya. *Spirit to Level Up*, hal ini menandakan semangat Phapros untuk terus memperbaiki diri untuk menjadi salah satu yang terbaik di negeri ini.

Terakhir, suksesnya Phapros hingga hari ini adalah berkat kerjasama dari seluruh Phaprosers. Selamat ulang tahun Phapros! Doa kami agar Phapros selalu menjadi salah satu perusahaan farmasi terkemuka di Indonesia.

SWARA ANDA

Dear Redaksi Swara,

Edisi kedua nanti bertepatan dengan HUT ke-65 Phapros, saya sebagai pembaca Buletin Swara akan senang jika Redaksi Swara bisa mengulas aktivitas yang dilakukan dalam rangka HUT ke-65 Phapros. Terima kasih.

Syafii – Admin Corporate Secretary

Dear Sdr Syafii,

Betul sekali, edisi kedua ini biasanya bertepatan dengan HUT Phapros. Jangan khawatir, pada edisi kali ini sudah pasti kami akan mengulas kegiatan yang dilakukan Phaprosers dalam rangka HUT ke-65 Phapros. Ada banyak kegiatan yang dilakukan baik oleh Phaprosers Jakarta maupun Semarang. Selamat membaca, ya!

Dear Redaksi Swara,

Di sini saya hanya ingin menyampaikan harapan dan doa di HUT ke-65 Phapros, semoga Phapros terus sukses menjadi salah satu perusahaan farmasi terkemuka, dan selalu inovatif sehingga menghasilkan produk berkualitas tinggi yang bisa memenuhi kebutuhan masyarakat. Saya bersyukur bisa menjadi bagian dari keluarga besar Phapros di mana saya bisa banyak belajar dan terus tumbuh serta berkarya.

Rachma – Admin Pengadaan Jakarta

Dear Sdri Rachma,

Terima kasih atas doa dan harapannya untuk Phapros. Kami pun memiliki doa yang sama agar Phapros makin berkembang dan menjadi salah satu perusahaan farmasi terbesar di Indonesia. Selanjutnya, yang harus kita lakukan sebagai keluarga besar Phapros adalah berkarya dengan sepenuh hati agar hasil yang didapat bisa lebih baik lagi. Salam SPIRIT!



Berbagi Kebahagiaan di Bulan Penuh Berkah

PT Phapros Tbk yang kini sudah resmi menjadi bagian dari keluarga besar PT Kimia Farma (Persero) Tbk selalu menghadirkan ragam keceriaan di bulan Ramadan. Tak hanya sekedar berbuka puasa dengan karyawan, tapi juga berbagi kebahagiaan dengan anak-anak panti asuhan.

Ada yang berbeda dengan acara buka puasa dengan anak-anak panti asuhan tahun ini. Jika tahun-tahun sebelumnya Phapros Kantor Pusat Jakarta mengundang 100 anak yatim piatu ke lokasi acara buka puasa bersama, tahun ini giliran Phapros yang menyambangi mereka di yayasan tempat mereka bernaung. Program *road show* buka puasa bersama anak-anak panti asuhan ini dimulai pada 22 Mei di Yayasan Panti Asuhan Chairunnisa yang terletak di kawasan Tebet, Jakarta Selatan, dan sehari setelahnya di Yayasan Panti Asuhan Nurul Badri di kawasan Bintara, Bekasi.

Puluhan anak berpartisipasi dalam acara tersebut mulai dari mendengarkan dongeng yang disampaikan oleh Komunitas Gerakan Para Pendongeng untuk Kemanusiaan (GEPPUK) hingga mengikuti berbagai permainan menarik. Acara puncak dilaksanakan pada Jumat (24/5) di Balai Kartini, Jakarta. Panitia

mengundang seluruh Phaprosers Jabodetabek untuk menghadiri buka puasa bersama direksi dan karyawan yang juga diisi dengan siraman rohani oleh Ustad Ali Sibro Malisi.

Jika Phaprosers Jakarta mengadakan *road show* ke panti asuhan, Phaprosers Semarang juga melakukan kegiatan tak kalah menarik. Mereka bukan hanya sekedar mengundang anak-anak panti asuhan, tapi juga pemangku kepentingan, seperti masyarakat sekitar lingkungan pabrik di Simongan, pejabat daerah setempat, Komisar, Direksi hingga karyawan yang keseluruhannya mencapai sekitar 2.000 orang.

Mereka berburai di lapangan tenis Phapros Simongan untuk menikmati hiburan musik religi dan mendengarkan ceramah agama yang disampaikan oleh K.H. Fahrurrozi.



Oleh :
Annisa Dewi Yustita





65 Tahun Phapros Berdiri, Semangat untuk Berkarya Lebih Baik Lagi

Tahun 2019, Phapros genap berusia 65 tahun. Jika dianalogikan sebagai seorang manusia, usia tersebut adalah usia purnatugas, di mana seseorang sudah lebih banyak menghabiskan waktunya di rumah bersama keluarga dan menekuni hobi yang jarang dilakukan saat masih aktif bekerja.

Namun berbeda dengan Phapros, meski usianya tergolong senja, Phapros beserta seluruh direksi dan karyawan masih terus semangat untuk meraih mimpi. Banyak doa dan harapan mengalir pada syukuran HUT ke-65 PT Phapros Tbk.

Pastinya semua berharap agar Phapros tetap bisa menjadi perusahaan farmasi nasional terkemuka dan selalu inovatif dalam mengembangkan bisnisnya.

Tasyakuran HUT ke-65 Phapros berlangsung di dua tempat berbeda.

Tepat pada hari di mana Phapros berulang tahun pada 21 Juni 2019, tasyakuran sekaligus halal bihalal diselenggarakan di pabrik Phapros di kawasan Simongan, Semarang, Jawa Tengah. Di Jakarta, Kantor Pusat bersama tim *marketing* cabang Jabodetabek menggelar acara serupa lima hari setelahnya atau pada 26 Juni 2019 dengan nuansa berbeda dari acara yang pernah diselenggarakan sebelumnya.

Direksi dan karyawan berbaur untuk merayakan HUT Phapros yang tahun ini terasa spesial. Ya, spesial karena telah banyak pencapaian yang diperoleh Phapros sepanjang 2018 hingga pertengahan 2019 ini. Selain tercatatnya Phapros (PEHA) sebagai emiten ke-57 di Bursa Efek Indonesia (BEI), kini Phapros memiliki "ayah" baru, yakni PT Kimia Farma (Persero) Tbk yang telah



mengakuisisi 56% saham Phapros di PT RNI (Persero).

Tasyakuran HUT ke-65 PT Phapros Tbk di Semarang dan Jakarta tak hanya dihadiri oleh direksi dan karyawan Phapros, tapi juga Komisaris Phapros, Direksi PT RNI, dan Direksi PT Kimia Farma (Persero) Tbk beserta anak perusahaan. Terasa meriah! Top manajemen tetap berpesan agar karyawan bisa terus mengaplikasikan nilai-nilai budaya perusahaan Phapros, yakni SPIRIT. Apalagi, kondisi Phapros saat ini sudah berbeda dibandingkan beberapa tahun lalu. Dengan tercatatnya Phapros di BEI dengan kode saham PEHA, berarti sudah banyak "mata" yang mengawasi kinerja Phapros. Tentunya, jika kita dapat menjaga kinerja bahkan meningkatkannya menjadi lebih baik lagi, maka hal tersebut akan berdampak positif pada nilai saham PEHA, dan diharapkan bisa menarik para calon investor untuk berinvestasi di Phapros.

Tak hanya sambutan dan arahan dari top manajemen, serta pemotongan tumpeng, Tasyakuran kali ini juga



dimeriahkan oleh berbagai hiburan musik dan pembagian hadiah. Di Jakarta, panitia menyediakan *games* berhadiah *voucher* belanja dan *doorprize* dengan *grand prize* berupa TV 32 inch. Dipandu oleh MC yang juga *content creator* Reza Chandika dan Ankatama, serta siraman rohani yang disampaikan oleh Ustadz Subki Al-Bughury, acara terasa begitu cair dan tamu yang hadir pun terhibur dengan pengisi acara yang sudah didatangkan panitia.

Lain Jakarta, lain Semarang. Panitia HUT ke-65 Phapros di Semarang sudah menyiapkan nuansa "Njawani".



Acara itu dimeriahkan oleh Labbaikha Music, dan siraman rohani yang disampaikan oleh Ustad K.H. Abdul Hamid Suyuti.

Terlepas dari berbagai kegiatan seremonial yang dilakukan, tentunya kita semua berharap agar Phapros bisa terus berjaya dan menjadi yang terdepan di industri farmasi nasional dengan menghasilkan produk inovasi terbaik yang sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat.



Oleh :
Annisa Dewi Yustita



65 Tahun Berkiprah, Phapros Garap Sektor Kosmetik

Jakarta, 19 Juni 2019 – PT Phapros Tbk genap berusia enam puluh lima tahun pada 21 Juni 2019. Dalam perjalanannya, anak usaha PT Kimia Farma (Persero) Tbk berkode emiten “PEHA” ini kian gencar melakukan ekspansi bisnis, dan salah satu portofolio produk yang sedang dikembangkan adalah kosmetik.

Direktur Utama PT Phapros Tbk Barokah Sri Utami mengatakan bahwa perusahaan memiliki peluang besar di pasar. Emmy, sapaan akrab Sri Utami, menambahkan seiring dengan perkembangan zaman, kosmetik tak hanya dibutuhkan oleh wanita tapi juga pria untuk menunjang penampilan. PEHA menggandeng pusat pengembangan dan penelitian *stem cell* Universitas Airlangga dalam mengembangkan serum anti penuaan dini (*anti-aging*) berbahan dasar biologi atau non kimia.

“Ini merupakan salah satu dukungan kami terhadap hilirisasi riset. Dalam mengembangkan produk ini, kami juga telah mendapatkan pendanaan

dari Kemenristek Dikti sebesar Rp20,2 miliar sejak tahun 2017. Kami harapkan akhir tahun ini produk tersebut sudah siap dipasarkan” kata Emmy.

Emmy menargetkan serum anti penuaan dini itu bisa menyumbang satu persen dari keseluruhan *omzet* produk di tahun pertama setelah *launching*. Dengan adanya produk kecantikan ini, lanjut Emmy, hal tersebut tidak hanya menambah diversifikasi produk PEHA saja, tapi juga bisa mengurangi penggunaan kosmetik impor yang menjamur di pasaran.



Oleh :
Annisa Dewi Yustita



Collaborate to Leve11 (Level) Up

Tak kenal, maka tak sayang. Begitu kiranya ungkapan yang pas untuk menandai masa transisi Phapros (PEHA) yang semula milik PT RNI (Persero) menjadi milik PT Kimia Farma (Persero) Tbk. Setelah proses akuisisi seluruhnya rampung, banyak hal yang harus diintegrasikan antara PEHA dan KAEF, baik itu sistem maupun regulasi terkait karyawan.

Dalam rangka memperkuat tali silaturahmi, PT Kimia Farma (Persero) Tbk dan PT Phapros Tbk pada 8 April lalu menggelar acara “Day One Summit – Collaborate to Leve11 (Level) Up” di pabrik Phapros yang terletak di kawasan Simongan, Semarang, Jawa Tengah.

Tak hanya memperkuat tali silaturahmi antar-sesama karyawan dan syukuran atas bergabungnya PEHA menjadi anak perusahaan KAEF, acara tersebut juga sebagai bagian dari konsolidasi



perusahaan guna mencapai target yang sudah ditentukan pada akhir tahun 2019 nanti. Acara “Day One Summit – Collaborate to Leve11 (Level) Up” ini dihadiri oleh Direksi KAEF dan anak perusahaan, Direksi PEHA dan anak perusahaan, serta karyawan KAEF dan PEHA yang berada di wilayah operasional Semarang dan sekitarnya.

Dalam sambutannya, Direktur Utama PT Kimia Farma (Persero) Tbk, Honesti Basyir sangat mengapresiasi kehadiran PEHA di tengah keluarga besar KAEF.

Dia juga berharap agar PEHA dan KAEF dapat saling bersinergi untuk menguatkan pasar farmasi nasional.

Leve11 (level) up merupakan tema sosialisasi target KAEF pada tahun ini yakni sebesar Rp11 triliun. Acara yang berlangsung sukses dan meriah ini disiarkan langsung melalui *channel YouTube* dan disaksikan oleh Phaprosers di berbagai kantor cabang termasuk kantor pusat Jakarta.



Oleh :
Annisa Dewi Yustita

Phapros Raih IMACO Awards 2019

Phapros kembali mengukir prestasi di penghujung bulan Ramadan 2019. Diwakili oleh Direktur Utama, Barokah Sri Utami, Phapros menerima penghargaan *Indonesia Most Admired Companies (IMACO) Awards 2019* pilihan generasi milenial yang diselenggarakan oleh Majalah Warta Ekonomi di Jakarta, Senin (27/5).

Menurut Barokah Sri Utami atau yang akrab disapa Emmy, dunia bisnis Indonesia telah memasuki babak baru, di mana saat ini muncul generasi milenial yang memiliki karakter berbeda dengan generasi lainnya. Generasi milenial inilah yang nantinya akan menahkodai berbagai sektor bisnis yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengelola aset berupa generasi milenial yang mereka miliki itu agar kelak bisa menjadi pemimpin andal.

Di era informasi seperti saat ini, perusahaan perlu aktif mengembangkan komunikasi dengan media serta para pemangku kepentingan. Dengan membangun kepercayaan publik, perusahaan mampu membangun fondasi kinerja bisnis dalam jangka panjang.

IMACO 2019 merupakan penghargaan tertinggi yang diberikan kepada perusahaan di Indonesia dengan

tujuan untuk memahami prespektif milenial dalam memilih perusahaan yang di harapkan dan memberikan referensi bagi calon karyawan milenial. Kompetisi IMACO 2019 diikuti oleh Perusahaan BUMN (Tbk & Non Tbk), anak perusahaan BUMN, dan perusahaan Swasta (Tbk & Non Tbk) berdasarkan kategori industri.

PT Phapros Tbk yang merupakan anak perusahaan PT Kimia Farma (Persero) Tbk meraih *Top 5 Indonesia Most Admired Company* dalam kategori Farmasi.

“Penghargaan yang kami terima ini tentunya tak lepas dari dukungan seluruh *stakeholders* terutama para generasi milenial,” kata Emmy. (Annisa Dewi Yustita)



Pengesahan Pengurus SPPH

PT Phapros Tbk mengesahkan pengurus baru Serikat Pekerja Phapros (SPPH) di pabrik Phapros di kawasan Simongan, Semarang Jawa Tengah, Kamis (2/5).

Acara ini dihadiri oleh Direktur SDM dan Umum Phapros, Fransetya Hutabarat, Direktur Keuangan, Heru Marsono, ketua SPPH 2015 - 2019 Bambang Priyanto serta perwakilan karyawan Phapros.

Dalam sambutannya, Fransetya Hutabarat mengatakan sudah saatnya perusahaan dan karyawan melalui SPPH saling bermitra agar kinerja perusahaan semakin baik. Menurutnya, dalam mempertahankan bisnis perusahaan yang paling penting adalah peran manajemen dalam melakukan *managing people*. Dengan pengelolaan SDM yang baik, maka valuasi perusahaan juga bisa meningkat.

Acara diakhiri dengan penandatanganan serah terima berita acara dari pengurus SPPH lama ke pengurus SPPH baru serta penandatanganan berkas pengesahan pengurus baru SPPH periode 2019 - 2022. (Annisa Dewi Yustita)



Phapros Terima Penghargaan K3

Penerapan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) di industri manufaktur sangatlah penting. Kesadaran akan pentingnya penerapan K3 diwujudkan oleh Phapros melalui kegiatan operasionalnya. Tak tanggung-tanggung, penerapan K3 yang dilakukan Phapros bahkan telah membuahkan sertifikasi dari Kementerian Ketenagakerjaan RI sebagai industri farmasi nasional pertama yang menerapkan Sistem

Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja (SMK3). Puncaknya, Phapros yang diwakili oleh Direktur Utama Barokah Sri Utami memperoleh penghargaan SMK3 dari Kementerian Tenaga Kerja di Hotel Bidakara, Jakarta pada Senin malam (22/4). Penghargaan tersebut diberikan kepada sejumlah perusahaan yang mendapatkan predikat **GOLD** dalam implementasi Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3). (Annisa Dewi Yustita)



Roadshow Buka Puasa Bersama di Panti Asuhan

Ada yang berbeda pada agenda buka puasa bersama Phapros wilayah Jabotabek di bulan Ramadan tahun ini. Pada tahun-tahun sebelumnya, Phapros biasanya mengundang anak yatim dari beberapa panti asuhan untuk ikut berbuka puasa bersama di kantor pusat. Namun, pada tahun ini Phaprosers berinisiatif untuk mengadakan buka puasa bersama langsung di dua panti asuhan.

Agenda *roadshow* buka puasa bersama di panti asuhan ini

merupakan bagian dari rangkaian acara Pengarahan Direksi dan Buka Puasa Bersama Phapros wilayah Jakarta dan sekitarnya, yang diadakan dari tanggal 22-24 Mei 2019.

Adapun tujuan dibuat *roadshow* ini tak lain adalah untuk berbagi keberkahan di bulan suci Ramadan, sekaligus menjalin silaturahmi bersama anak-anak dan pengurus panti asuhan. Panti asuhan yang Phaprosers kunjungi adalah Panti Asuhan Chairunisa pada Rabu (22/5), dan Panti Asuhan Putri Nurul Badri pada Kamis (23/5).

Di kedua panti asuhan tersebut, kedatangan Phaprosers disambut dengan baik dan acara pun berjalan dengan lancar. Rangkaian acara meliputi sambutan dari perwakilan Phapros & ketua yayasan panti asuhan, pembacaan ayat suci Al-Quran, menyaksikan *storytelling*, buka puasa bersama, sholat magrib berjamaah, dan diakhiri dengan pemberian bingkisan kepada pengurus dan anak-anak panti asuhan.

(Jalu Satwiko)



Sertijab dan Pelepasan Karyawan Mutasi

Ada yang datang, ada pula yang pergi. Setiap ada pertemuan, pasti ada perpisahan. Begitu ungkapan yang kiranya dapat menggambarkan suasana sertijab dan pelepasan karyawan mutasi PEHA pada Selasa (2/4) di Ruang Avicena, pabrik Phapros, di Semarang.

Adapun karyawan yang kembali ke PEHA adalah Romi Taofik Sudrajat sebagai Manajer SDM, Imam Ariff Juliadi (Manajer Umum & Pengelolaan Aset), Erfan Rio Prananto (Manajer Akuntansi), Bambang Irawan (Manajer Marketing Alkes dan Bisnis Lain), Adang Sudrajat (Staf Pengelolaan Aset), Nindita Nareswari

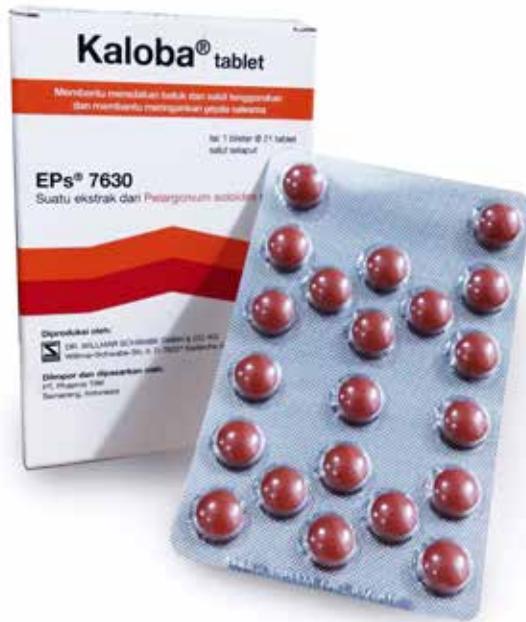


(Admin Pengembangan Bisnis), Arin Aldian (Staf Spesialis Pengembangan SDM), dan Wresni Catur (Staf Spesialis IT).

Sedangkan, karyawan mutasi antara lain Heri Susetyo dan Handri Harieffianto,

keduanya Kaops Rajawali Nusindo serta Hadiri (Sekretaris Perusahaan PT PG Rajawali 1) dan Yudhi Arieffianto (Manajer IT). Selamat kepada seluruh karyawan, semoga semakin sukses! (Annisa Dewi Yustita)

Flu, Batuk, Pilek? Tuntaskan dengan **Kaloba®!**



Kaloba® merupakan obat tradisional yang mengandung ekstrak Eps® 7630, yakni ekstrak akar *Pelargonium sidoides* terstandar yang telah teruji khasiat dan keamanannya secara klinis untuk membantu meredakan batuk dan sakit tenggorokan serta meringankan gejala salesma (ISPA).

Kembali beraktivitas setelah libur lebaran yang melelahkan namun sekaligus menyenangkan, tentu membuat sebagian dari kita merasa letih. Di saat-saat seperti ini, ditambah dengan cuaca yang panas dan lembab, membuat kondisi tubuh rentan *drop*. Bila tidak diimbangi dengan istirahat yang cukup, sering kali membuat kita harus berbaring di kasur dengan kondisi sakit tenggorokan, hidung meler, hidung tersumbat, bersin-bersin, batuk, hingga demam.

Gejala tersebut umumnya terjadi akibat infeksi saluran pernapasan akut atau biasa disebut ISPA. Infeksi ini sangat mudah menular dan kebanyakan disebabkan oleh virus. Meski ISPA umumnya ringan dan dapat sembuh dengan sendirinya tanpa pengobatan khusus, namun mengalami ISPA tentu sangat mengganggu. Belum lagi jika harus mengonsumsi obat flu yang mengandung antihistamin.

Sudah barang tentu kita akan mengantuk seharian dan pekerjaan pun menjadi terbengkalai.

Lalu, bagaimana sih sebetulnya kita bisa tertular ISPA?

Penyebab ISPA umumnya adalah virus, dalam beberapa kasus disebabkan oleh bakteri, yang mudah sekali menular. Penularan virus atau bakteri penyebab ISPA dapat terjadi melalui kontak dengan percikan air liur orang yang terinfeksi. Virus atau bakteri dalam percikan liur akan menyebar melalui udara, masuk ke hidung atau mulut orang lain.

Selain kontak langsung dengan percikan liur penderita, virus juga dapat menyebar melalui sentuhan dengan benda yang terkontaminasi, atau berjabat tangan dengan penderita. Virus menular saat tangan kita yang telah terkontaminasi tersebut, digunakan untuk mengusap

hidung atau mulut. Dengan begitu, virus atau bakteri penyebab ISPA bisa dengan leluasa menginfeksi tubuh kita.

Tidak aneh jika kita dengan sangat mudah tertular ISPA di tempat yang penuh dengan orang, termasuk saat di angkutan umum. Apalagi jika daya tahan tubuh kita sedang tidak fit.

Oke, katakan kita sudah terlanjur terkena ISPA. Lalu, apa yang harus dilakukan?

Seperti yang sudah dijelaskan di atas, ISPA sebetulnya bisa sembuh dengan sendirinya tanpa perlu penanganan khusus. Kuncinya adalah dengan memperbanyak istirahat dan konsumsi makanan bergizi agar daya tahan tubuh dapat segera pulih.

Selain cara di atas, tentu kita sudah mafhum bahwa cara yang termudah untuk meringankan gejala ISPA adalah dengan swamedikasi menggunakan obat flu OTC,

yang bisa dibeli di warung atau apotek terdekat. Namun, perlu diingat bahwa obat flu OTC tidak mempercepat penyembuhan ISPA, melainkan hanya meringankan gejalanya saja.

Namun jangan khawatir. Sebab, kini ada cara jitu yang efektif dan aman untuk mempercepat penyembuhan ISPA secara alami, yakni dengan mengonsumsi Kaloba® sesuai aturan pakai.

Wah, apa itu Kaloba®? Bagaimana caranya Kaloba® bisa mempercepat penyembuhan ISPA?

Kaloba® merupakan obat tradisional yang mengandung ekstrak Eps® 7630, yakni ekstrak akar *Pelargonium sidoides* terstandar yang telah teruji khasiat dan keamanannya secara klinis untuk membantu meredakan batuk dan sakit tenggorokan serta meringankan gejala salesma (ISPA).

Obat tradisional yang diformulasi dan diproduksi oleh perusahaan Jerman, Dr. Willmar Schwabe GmbH (dan dipasarkan di Indonesia oleh PT Phapros Tbk) ini telah mendapat

persetujuan izin edar dari berbagai badan regulator negara-negara di dunia, termasuk di antaranya EMA (Eropa), MHRA (Inggris), serta Badan POM.

Kandungan Eps® 7630 diketahui memiliki aktivitas farmakologi sebagai antibakteri, antivirus, serta sebagai imunomodulator. Efek imunomodulator dari Eps® 7630 ini berkaitan dengan stimulasi beberapa sel imun yang penting untuk melawan infeksi, seperti *tumor necrosis factor-α* (TNF-α), *interferon-β*, serta sel *Natural Killers* (NK).

Manfaat dari Kaloba® juga telah dibuktikan melalui penelitian meta-analisis, yakni sebuah penelitian dengan hierarki *evidence-based* tertinggi. Penelitian tersebut membuktikan bahwa, dibanding placebo, Kaloba® secara signifikan berefek meredakan dan mempercepat penyembuhan gejala bronkitis akut, rinosinusitis akut, serta tonsilofaringitis akut.

Adapun di Indonesia, Kaloba® tersedia dalam 2 (dua) sediaan, tablet (untuk dewasa) dan sirup (untuk anak-anak usia 3-12 tahun).

Anjuran pemakaian Kaloba® tablet (untuk dewasa) adalah 3 x sehari 1 tablet selama maksimal 14 hari.

Sementara itu, anjuran pemakaian Kaloba® sirup antara lain:

- Anak-anak usia 3-5 tahun: 3 x sehari 2,5 ml
- Anak-anak usia 6-12 tahun: 3 x sehari 5 ml.

Pemakaian Kaloba® untuk anak-anak maksimal seminggu. Apabila dalam waktu seminggu kondisi tidak kunjung membaik, pasien dianjurkan untuk berkonsultasi ke dokter.

Yang perlu diperhatikan, baca dengan seksama aturan pakai sebelum menggunakan. Konsultasikan terlebih dahulu ke dokter atau apoteker jika Anda memiliki kondisi kesehatan khusus, apabila dirasa perlu. Jadilah konsumen yang bijak dan cerdas.

Dan jangan lupa, ingat ISPA, ingat Kaloba®!



Oleh :
Jalu Satwiko



Merencanakan Dana Pendidikan Anak

Banyak orang salah kaprah dalam mempersiapkan dana pendidikan anak. Sebagian besar di antaranya baru mempersiapkan dana pendidikan tersebut saat si anak sudah masuk usia sekolah. Padahal, idealnya dana pendidikan anak sudah harus dipersiapkan jauh-jauh hari, bahkan jika perlu saat si anak masih dalam kandungan.

Mengapa harus mempersiapkan dana pendidikan anak jauh-jauh hari? Hal itu karena biaya pendidikan tiap tahunnya mengalami kenaikan. Hal itu bisa kita antisipasi sejak awal, minimal mulai menabung untuk kebutuhan anak ketika usia TK hingga SD untuk jangka pendek, sehingga tidak memberatkan kondisi finansial keluarga.

Mengutip dari ZAP Finance, ada beberapa cara untuk memudahkan Phaprozers dalam mempersiapkan dana pendidikan anak:

- 1. Menentukan Kebutuhan Biaya**
Ada dua pilihan di poin ini. Phaprozers bisa mempersiapkan

biaya untuk memenuhi kebutuhan uang pangkal awal saja, atau untuk memenuhi seluruh kebutuhan biaya termasuk buku dan lainnya. Sebelum menentukan pilihan, ada baiknya bila Phaprozers melakukan riset tentang biaya pendidikan anak, baik di sekolah negeri maupun swasta. Satu hal yang perlu diingat dalam memilih sekolah, pastikan sesuai dengan kondisi finansial keluarga bukan sekadar gengsi ingin menyekolahkan anak di sekolah tertentu.

- 2. Menentukan Aset Investasi yang Tepat**

Jika Phaprozers hanya memiliki jangka waktu kurang dari dua tahun dalam mempersiapkan dana pendidikan anak, Phaprozers bisa menggunakan reksa dana pasar uang atau tabungan berjangka. Namun, jika Phaprozers memiliki waktu yang lebih longgar dalam mempersiapkan dana pendidikan anak, bisa memilih aset yang memiliki imbal balik yang cukup bagus, misalnya saham.

- 3. Memilih Strategi untuk Penyisihan Sumber Dana**

Bagi Phaprozers yang bekerja dengan penghasilan tetap, metode terbaik adalah menabung dan berinvestasi secara berkala setiap

bulannya. Tabungan dan investasi bisa dialokasikan dari gaji bulanan, dan idealnya hanya perlu alokasi sekitar 10% dari gaji. Namun, bagi pekerja lepas atau *freelance* yang pendapatan per bulannya tidak menentu, tentu perhitungannya akan berbeda lagi. *Freelancer* bisa mengalokasikan tabungan dan investasi secara maksimal untuk memenuhi kebutuhannya.

- 4. Asuransi Jiwa**

Salah satu hal penting dalam investasi dana pendidikan anak adalah, Phaprozers terutama yang berperan sebagai kepala keluarga sebaiknya memiliki perlindungan asuransi jiwa. Agar tak salah kaprah, ada perbedaan fungsi antara investasi dan perlindungan asuransi. Fungsi investasi adalah membantu Phaprozers mengumpulkan dana dan mengharapkan imbal hasil yang tinggi, sehingga saat jatuh tempo jumlah saldonya bisa terkumpul sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan fungsi asuransi jiwa adalah untuk melindungi keluarga. Jika dalam perjalanan proses investasi tiba-tiba investor atau kepala keluarga meninggal dunia, maka penghasilan yang biasa diberikan ke rumah tangga dapat digantikan oleh uang pertanggungan.

Selamat mencoba dan semoga bermanfaat, Phaprozers!



Oleh :
Annisa Dewi Yustita



Pemidanaan Bagi Pelaku *Body Shaming* di Media Sosial

Jika diamati, dari hari ke hari makin santer pemberitaan mengenai *body shaming*. Apa *body shaming* itu? Menurut *Oxford Living Dictionaries*, *body shaming* diartikan sebagai bentuk tindakan mengejek/menghina dengan cara mengomentari bentuk atau ukuran tubuh dan penampilan seseorang.

Pemerintah sudah memiliki beberapa regulasi yang mengatur perilaku di media sosial seperti UU No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang kemudian beberapa ketentuannya diubah dalam UU No.19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Pada dasarnya, penghinaan yang dilakukan melalui media sosial merupakan tindak pidana yang pelakunya dapat dijerat Pasal 27 ayat (3) UU ITE, yang berbunyi “*Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.*” Ketentuan pada ayat tersebut mengacu pada ketentuan tentang pencemaran nama baik dan/atau fitnah yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP).

Komentar *body shaming* di sosial media bisa dikategorikan sebagai penghinaan ringan apabila komentar tersebut berupa makian yang bersifat menghina. Komentar berbau *body shaming* dapat dipidana dengan pasal penghinaan apabila korban merasa terhina dan melakukan aduan serta pelaku memenuhi seluruh unsur pidana dan telah melalui proses peradilan pidana.

Apabila Anda merasa dihina oleh komentar warganet, Anda dapat melakukan upaya pengaduan kepada aparat penegak hukum. Adapun prosedurnya adalah sebagai berikut:

1. Pemilik akun yang merasa haknya dilanggar atau melalui kuasa hukum, datang langsung membuat laporan kejadian kepada penyidik Polri pada unit/bagian *Cybercrime* atau kepada



Penghinaan yang dilakukan melalui media sosial merupakan tindak pidana yang pelakunya dapat dijerat Pasal 27 ayat (3) UU ITE, yang berbunyi “*Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.*”

- penyidik PPNS (Pejabat Pegawai Negeri Sipil) pada Sub Direktorat Penyidikan dan Penindakan, Kementerian Komunikasi dan Informatika. Selanjutnya, penyidik akan melakukan penyelidikan yang dapat dilanjutkan dengan proses penyidikan atas kasus yang bersangkutan dengan Hukum Acara Pidana dan ketentuan dalam UU ITE.
2. Setelah proses penyidikan selesai, oleh penyidik berkas perkara akan dilimpahkan kepada penuntut umum untuk dilakukan penuntutan di muka pengadilan. Apabila yang melakukan penyidikan adalah PPNS, maka hasil penyidikannya disampaikan kepada penuntut umum melalui penyidik Polri.

Agar pelaku dapat dihukum, kata-kata penghinaan baik lisan maupun tulisan

harus dilakukan di tempat umum (yang dihina tidak perlu berada di tempat tersebut). Apabila penghinaan tidak dilakukan di tempat umum, maka supaya dapat dihukum, ada dua (2) ketentuan:

1. Dengan lisan atau perbuatan, maka orang yang dihina harus berada di tempat itu serta melihat dan mendengar sendiri;
2. Bila dengan surat (tulisan), maka surat (tulisan) tersebut harus dialamatkan (disampaikan) kepada yang dihina.

Mudah-mudahan informasi ini bermanfaat bagi Phaproser. Jadi sebelum terlibat masalah hukum, bijaklah di media sosial.



Oleh :
Ajeng Vania

Waspada!

Kuman TBC Diam-Diam Mengintai Kaum Urban

Sebagai pusat pemerintahan sekaligus pusat perekonomian, Kota Jakarta nyaris tak pernah berhenti dipadati oleh orang-orang yang hilir mudik dengan berbagai keperluan. Untuk mencapai tujuannya tersebut, banyak orang memilih menggunakan kereta *commuter line* (KRL) karena relatif lebih cepat, murah, dan cukup nyaman.

Berdasarkan data dari PT KAI Commuter Jabodetabek (KCJ), saat ini rata-rata penumpang KRL mencapai lebih dari 1 juta orang setiap harinya. Dengan kondisi sepadat itu, tentu sangat berisiko terjadi penularan berbagai penyakit infeksi, termasuk kuman TBC.

Sudah ada beberapa kasus terdokumentasi, yang salah satunya dialami oleh seorang penumpang wanita. Ia mengaku tertular kuman TBC dari penumpang lainnya di KRL. Tak tanggung-tanggung, penumpang tersebut setelah diperiksa ternyata tertular infeksi kuman TBC yang sudah resisten obat. Kalau sudah begitu, tentu pengobatannya lebih rumit dan membutuhkan waktu yang lebih lama untuk sembuh.

Melihat fenomena di atas, tak mengherankan Indonesia menjadi negara peringkat kedua di dunia setelah India sebagai penyumbang penyakit TBC terbesar. Sedangkan DKI Jakarta adalah daerah terbanyak penderita TBC di Indonesia.

Penyebab dan gejala infeksi kuman TBC

Salah satu penyebab tingginya tingkat penularan TBC tak lain adalah tingkat kepadatan penduduk yang sangat tinggi. Infeksi TBC disebabkan oleh kuman *Mycobacterium tuberculosis*, yang ditularkan melalui percikan air liur penderita TBC, ketika berbicara, batuk, atau bersin.

Orang dengan kekebalan imun yang rendah, seperti pada penderita HIV, lebih rentan tertular infeksi kuman TBC. Maka dari itu, tak sedikit penderita HIV yang pada perjalanan penyakitnya juga terinfeksi penyakit TBC.

Infeksi kuman TBC umumnya akan menimbulkan gejala berupa batuk yang lama (lebih dari 3 minggu), biasanya berdarah, dan terkadang mengeluarkan darah. Selain itu, infeksi TBC juga menimbulkan beberapa gejala lain di antaranya demam, lemas, berat badan turun, tidak nafsu

makan, nyeri dada, dan mudah berkeringat di malam hari.

Namun, kuman TBC tidak hanya menyerang paru-paru saja, melainkan juga dapat menyerang organ lain yakni tulang, kelenjar, dan usus.

Pengobatan infeksi TBC

TBC dapat dideteksi melalui pemeriksaan dahak. Beberapa tes lain yang dapat dilakukan untuk mendeteksi penyakit menular ini adalah foto rontgen dada, tes darah, atau tes kulit (*Mantoux*).



Salah satu penyebab tingginya tingkat penularan TBC tak lain adalah tingkat kepadatan penduduk yang sangat tinggi. Infeksi TBC disebabkan oleh kuman *Mycobacterium tuberculosis*, yang ditularkan melalui percikan air liur penderita TBC, ketika berbicara, batuk, atau bersin.

TBC dapat disembuhkan jika penderitanya patuh mengonsumsi obat sesuai dengan resep dokter. Untuk mengatasi penyakit ini, penderita perlu minum beberapa jenis obat untuk waktu yang cukup lama (minimal 6 bulan) dan tidak boleh terlewat satu dosis sekali pun.

Obat itu umumnya berupa *rifampicin*, *isoniazid*, *ethambutol*, dan *pyrazinamide*. Obat TBC biasanya tersedia dalam sediaan *Fixed Dose Combination* (FDC), yang artinya satu tablet FDC mengandung kombinasi beberapa atau keempat zat aktif tersebut di atas.

Keempat jenis obat TBC di atas merupakan obat garis pertama untuk penderita TBC yang baru saja tertular untuk pertama kalinya. Sedangkan untuk pasien kambuhan atau pasien dengan infeksi TBC resisten obat, akan mendapatkan kombinasi jenis obat lain yang berbeda.

Pencegahan infeksi kuman TBC

Infeksi TBC dapat dicegah dengan pemberian vaksin, yang sangat disarankan untuk diberikan kepada bayi sebelum berusia 2 bulan. Selain itu, pencegahan perlu dilakukan oleh kedua belah pihak, baik oleh penderita maupun orang yang belum tertular.

Adapun cara pencegahan penularan infeksi kuman TBC, antara lain:

- Selalu mengenakan masker saat berada di tempat ramai, khususnya saat sedang berada di kendaraan umum seperti KRL pada jam-jam sibuk
- Menutup mulut dan hidung ketika bersin atau batuk
- Tidak membuang ludah atau dahak sembarangan

Selain cara di atas, langkah pencegahan infeksi kuman TBC di lingkungan rumah juga perlu dilakukan. Caranya dengan membuat ventilasi udara beserta pencahayaan yang baik, agar dapat memperoleh sinar matahari yang cukup. Pasalnya, kuman TBC akan mati jika terkena sinar matahari langsung.



Oleh :
Jalu Satwiko

Creative Marketing: Strategi Tak Biasa Dalam Pemasaran



Pemasaran (*marketing*) dalam dunia bisnis pada dasarnya adalah suatu seni yang memerlukan kreativitas ataupun inovasi dari waktu ke waktu, sehingga pemasaran bukan menjadi suatu hal yang menjenuhkan atau sebagai robot yang tak bernyawa. Dengan kreativitas seni yang tinggi dan dipadukan dengan ilmu dan teknologi yang canggih, maka jadilah aktivitas pemasaran itu menjadi sesuatu yang mengasyikkan dengan hasil yang maksimal. "Inovasi tiada henti" demikian slogan yang sering didengungkan oleh salah satu produsen otomotif ternama di tanah air. Perpaduan antara seni dan teknologi dalam dunia pemasaran, tidak akan berjalan dengan baik jika tidak diikuti oleh sumber daya manusia yang andal.

Kreativitas dalam dunia pemasaran, selain dipandang dan diterapkan sebagai suatu seni, juga merupakan suatu strategi untuk memenangkan persaingan. Persaingan dalam dunia bisnis, tak ubahnya sebagai ajang pertempuran yang membutuhkan strategi untuk memenangkannya. Sejarah membuktikan, strategi perang yang dirangkum dalam buku *The Art of War* (Seni Berperang) karya Sun Tzu, seorang ahli strategi

perang Tiongkok pada tahun 2.500 SM, masih relevan dengan strategi bisnis era milenial atau yang sering disebut "zaman now" ini. Apa yang ditulis Sun Tzu merupakan suatu kreativitas strategi perang yang tak lekang oleh waktu. Bahkan bukan hanya sekadar strategi, melainkan juga tentang kesederhanaan dan *leadership* dalam berperang dan berbisnis.

Bagaimana Creative Marketing Anak Zaman Now?

Sebagaimana penuliskan di atas, kreativitas merupakan perpaduan antara seni dan ilmu yang menyesuaikan dengan zamannya. Pada hakikatnya, kreativitas adalah suatu kemampuan menciptakan sesuatu yang baru untuk memberikan ide kreatif dalam memecahkan berbagai permasalahan. Kreativitas bisa juga dikatakan sebagai kemampuan melihat persoalan menjadi peluang.

Kreativitas merupakan lokomotif perubahan dari zaman ke zaman, maka sejarah mencatat terjadi revolusi yang pada akhirnya memunculkan mesin teknologi yang terus berkembang sampai saat ini. Pun ledakan yang terjadi pada industri telekomunikasi

dan informasi saat ini, yang lebih dikenal dengan era digital, adalah hasil dari suatu inovasi dan proses transformasi yang muaranya adalah “kreativitas” manusia yang merupakan anugerah dari Sang Pencipta.

Dua puluh atau bahkan tiga puluh tahun silam, pernahkah terbayangkan oleh pelaku bisnis bahwa “Ojol” atau ojek *online* akan menguasai dunia transportasi? Pernahkah pelaku bisnis konvensional membayangkan bahwa mereka akan digilas oleh sistem penjualan yang berbasis *online*, seperti Bukalapak, Tokopedia, blibli.com dan sederetan bisnis *online* yang beromzet miliaran hingga triliunan rupiah per bulan? Tentu saja, kreativitas zaman *now* tidak hanya bicara kualitas, melainkan kuantitas, *delivery*, *cost*, efektif, efisien dari semua lini usaha. *Marketing modern* mencatat, kata kunci kreativitas zaman *now* adalah “inovasi, proses transformasi, kolaborasi, dan yang saat ini sedang ramai dibicarakan adalah *disrupsi* atau *disruption*.” *Disruption* merupakan inovasi yang akan menggantikan seluruh sistem lama dengan cara-cara baru.

Disrupsi bisa dilihat sebagai sesuatu yang positif karena merupakan suatu inovasi yang dinamis, demikian salah satu sumber menyebutkan tentang *disrupsi* atau *disruption*.

Salah satu ciri anak zaman *now* adalah teknologi digital yang menjamur di berbagai belahan dunia. Di Indonesia, teknologi digital sudah menginspirasi jutaan pelaku bisnis di tanah air, salah satunya adalah demam “*photo selfie*”. *Photo selfie* merupakan salah satu *creative marketing* yang bisa dijadikan strategi untuk mendongkrak penjualan. Ciri anak zaman *now* adalah ingin selalu eksis di berbagai aktivitas kesehariannya.

Mengunggah foto di media sosial sudah menjadi gaya hidup (*lifestyle*) oleh kelompok tertentu. Baik sedang berada di tempat tertentu yang tergolong istimewa ataupun sedang menikmati makanan tertentu di tempat-tempat yang juga tergolong istimewa. Hal tersebut akan menjadi kebanggaan tersendiri jika disebar di media sosial. Terlebih jika mendapat banyak komentar dari teman-teman mereka. Sehingga tidaklah mengherankan jika pasar telepon seluler terus menggeliat dengan

berbagai merk dengan *sales* miliaran rupiah. Dan tidak mengherankan pula, jika telepon seluler yang paling diminati oleh konsumen dalam negeri adalah yang paling canggih fasilitas kameranya, yang bisa digunakan untuk “*selfie*”, sekalipun harga tergolong mahal.

Contoh lainnya, tanpa bermaksud mempromosikan salah satu usaha bisnis, trik foto *selfie* ini terbukti bisa mendongkrak beberapa usaha bisnis di berbagai pelosok tanah air, seperti mall, penjual buah, kedai kopi, bahkan beberapa bandara pun sudah menyediakan dekorasi untuk keperluan *selfie*. Penulis berpendapat ini merupakan sebuah *creative marketing* generasi milenial dengan memanfaatkan fasilitas digital yang canggih. Sebenarnya masih banyak lagi *creative marketing* yang bisa dikembangkan seiring dengan perkembangan teknologi digital, tanpa harus merogoh kocek lebih. Persoalannya tinggal “mau atau tidak mau”.



Oleh :
Hapzon Effendi

POJOK SDM

HR Technological Tool: Mengupas Teknologi Manajemen SDM Phapros

Di era disrupsi seperti saat ini, teknologi menjadi hal yang wajib diikuti oleh perusahaan yang ingin unggul. Hal ini juga berlaku bagi para pengelola sumber daya manusia (SDM). Pemanfaatan teknologi harus bisa diterapkan dalam pelaksanaan pengelolaan SDM.

Peran Departemen SDM sebagai *partner business* bagi manajemen di sebuah perusahaan, bisa berjalan salah satunya karena adanya dukungan penerapan teknologi. Penyajian data ke-SDM-an secara tepat dan akurat belumlah cukup, tetapi juga harus mengandung unsur “terkini” dan “mudah diakses”.

Nah, kali ini kami akan mengupas tentang pemanfaatan teknologi dalam Manajemen SDM Phapros.

1. *Employee Self Service (ESS)*

Merupakan aplikasi pendukung *Human Resource Information System (HRIS)* yang digunakan Departemen SDM PT Phapros Tbk. Bagian vital aplikasi ini adalah *database* karyawan termasuk di dalamnya adalah pengelolaan data remunerasi karyawan.

ESS ini menyajikan informasi terkait biodata karyawan, *payslip*, *data training history*, *data performance history*, serta segala informasi



ke-SDM-an yang menyangkut anggota tim/subordinat. Dalam aplikasi ESS ini juga terdapat fasilitas untuk melakukan proses penilaian kinerja secara *online* untuk seluruh karyawan Phapros. Aplikasi ini mempercepat proses penilaian kinerja karyawan dan kompilasi data hasil penilaian kinerja karyawan, yang pada akhirnya data tersebut akan membantu manajemen dalam menetapkan jenis kebijakan lainnya.

2. SINAU (e-Learning Phapros)

Merupakan aplikasi pembelajaran yang dimiliki oleh Phapros. SINAU adalah sistem informasi dan pengetahuan yang ditujukan untuk mendukung proses pembelajaran seluruh karyawan Phapros. Beberapa fasilitas yang disediakan dalam aplikasi SINAU antara lain adalah *e-learning (training online)* beserta *post-test online* pasca-training, perpustakaan *online*, serta media informasi lain yang dapat dibagikan ke seluruh karyawan Phapros.

Aplikasi SINAU ini sengaja dibangun Departemen SDM dengan berbasis web untuk memudahkan karyawan saat mengaksesnya. Selain itu, aplikasi ini sangat membantu Departemen SDM dalam proses pengelolaan pemenuhan kebutuhan pembelajaran karyawan.

3. e-Survey

Merupakan aplikasi yang disiapkan oleh Departemen SDM untuk melakukan proses survei terkait implementasi program-program SDM kepada seluruh karyawan Phapros.

Aplikasi ini sangat mempermudah dan mempercepat dalam proses pengumpulan dan analisis data survei karyawan. Dengan aplikasi ini Departemen SDM akan lebih cepat dalam menyajikan data hasil survei kepada manajemen.

4. Learning & Capacity Evaluation (LCE)

Merupakan aplikasi SDM yang dirancang untuk memudahkan proses evaluasi pasca-pelaksanaan *learning* (pelatihan) dan evaluasi kapasitas (kompetensi) karyawan.

Aplikasi ini merupakan *analysis tool* yang membantu pimpinan unit dan Departemen SDM Phapros, dalam melihat tingkat efektivitas pelaksanaan pelatihan yang telah dijalani karyawan serta tingkat kompetensi karyawan. Dengan adanya data yang disajikan dari hasil analisis tersebut, diharapkan akan membantu Departemen SDM menentukan program pengembangan karyawan.



Oleh :
Dwi Susanti



Phapros Sediakan 1.800 Paket Sembako Murah di Bazar Ramadan 2019

PT Phapros Tbk, yang juga merupakan salah satu anak usaha PT Kimia Farma (Persero) Tbk menggelar Bazar Ramadan 2019 pada Sabtu dan Minggu, 25 – 26 Mei 2019 bekerjasama dengan Koperasi Menjangan Enam (KME).

Acara yang diadakan di halaman Masjid Al-Ikhlas, tepat di depan pabrik PT Phapros Tbk tersebut bertujuan untuk memudahkan warga sekitar untuk mendapatkan sembako dengan harga miring.

“Seperti tahun-tahun sebelumnya, setiap memasuki bulan Ramadan kegiatan bazar sembako murah selalu dinantikan warga sekitar Phapros. Acara ini juga merupakan rangkaian acara HUT ke-65 PT Phapros Tbk yang jatuh pada 21 Juni 2019. Ada 1800 paket sembako murah Antimo yang tersedia dalam bazar ini,” ujar Barokah Sri Utami Direktur Utama PT Phapros Tbk, yang akrab disapa Emmy ini.

“Dalam paket sembako murah Antimo seharga Rp62.500 tersebut,

warga bisa membawa pulang 1 kg gula pasir, 5 kg beras, dan 1 liter minyak goreng. Harga tersebut 12,5 persen lebih murah dibandingkan di pasaran,” tambah Emmy.

Tak hanya paket Antimo, Phapros juga menyediakan 400 Paket Livron B Plex yang berisi ½ kg emping dan ½ kg kacang tanah, dan 500 paket Bioron yang berisi beberapa varian rasa mie instan.

Emmy berharap kegiatan semacam ini bisa meringankan beban ekonomi



warga mengingat harga kebutuhan pokok yang melambung tinggi menjelang Lebaran.

Sebanyak 22 stand turut memeriahkan gelaran Bazar Ramadan PT Phapros, Tbk 2019 ini. Stand-stand tersebut diisi oleh produk pakaian, perlengkapan rumah tangga, dan produk UKM lainnya yang dijual oleh mitra UMKM Phapros dan warga sekitar wilayah operasional Phapros. Stand apotek Menjangan Enam juga turut meramaikan bazar ini dan bisa dimanfaatkan oleh para pengunjung untuk memeriksakan kesehatan secara gratis.

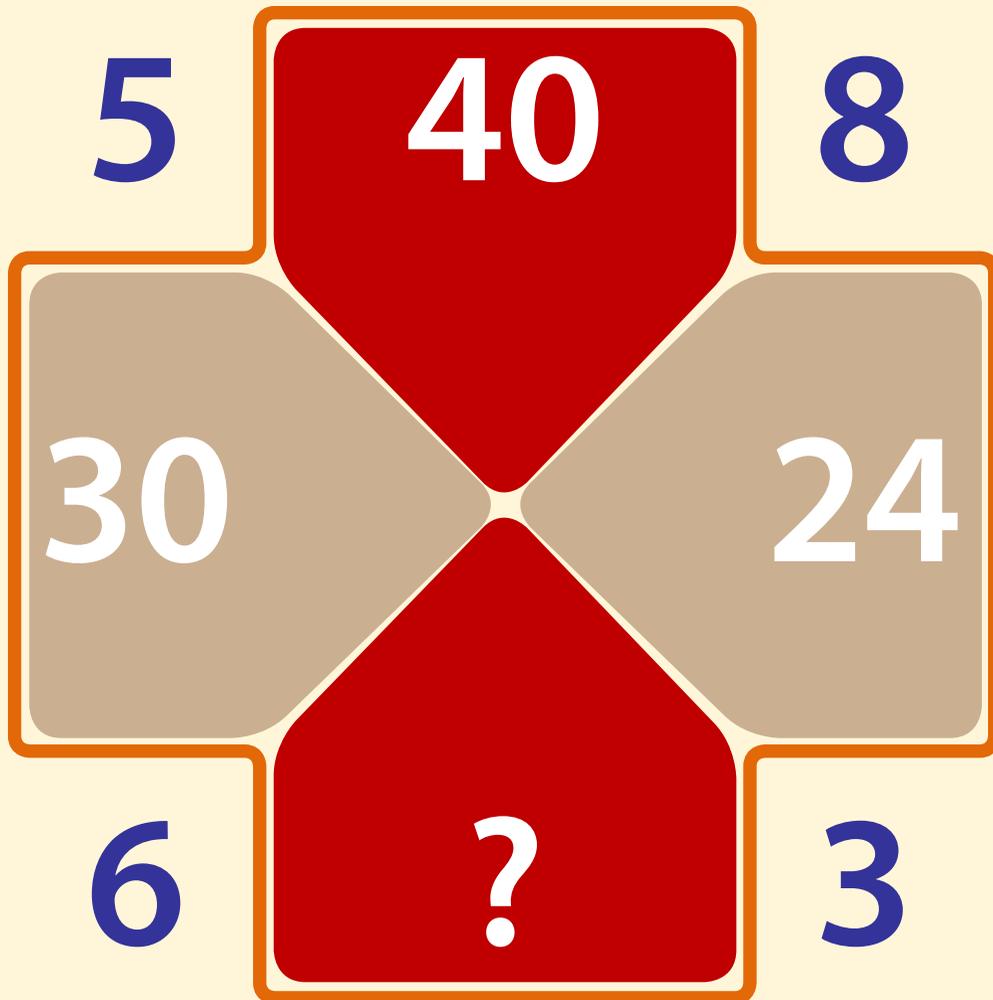


Oleh :
Annisa Dewi Yustita

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Angka berapakah yang tepat untuk gambar berikut?



Kirimkan jawaban Anda
ke redaksi majalah SWARA melalui email:
redaksiswara@phapros.co.id

Selamat Mengikuti!

Pemenang Asah Otak Edisi Jan–Mar 2019:

1. Anwar Muchtar – Gudang KP Jakarta
2. Ahmadi – Umum Semarang

Jawaban: Angka yang tepat untuk mengisi
kotak terakhir adalah **20**