

Phapros

EDISI
2019

• Juli
• Agustus
• September

Aspiratif & Inspiratif
Swara

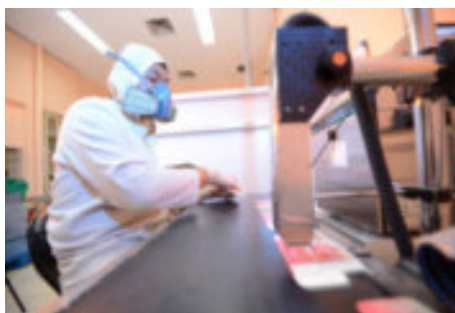
MEDIA KOMUNIKASI PT PHAPROS TBK - INDONESIA

Stepping Up to the Next Stage



■ **Liputan Khusus**
Lakukan Brand Rejuvenation
ANTIMO Siap Sasar
Generasi Milenial

■ **Info Kesehatan**
Vertigo:
Mengenal &
Mencegahnya

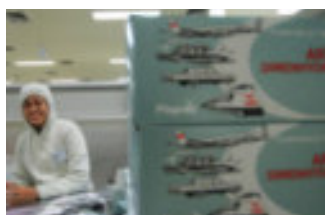


- 5 LIPUTAN KHUSUS**
Lakukan *Brand Rejuvenation*, Antimo Siap Sasar Milenial
 Antimo Group berkontribusi lebih 25 persen terhadap laba perusahaan, sedangkan untuk penjualan, produk yang sudah hampir lima puluh tahun hadir di tengah masyarakat ini mencapai lebih dari 23 persen.

DAFTAR ISI

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

- 4 LIPUTAN UTAMA**
Laba Phapros Tumbuh 27 Persen di Semester I/2019
 Berdasarkan laporan keuangan Perseroan, perusahaan farmasi nasional ini mencatatkan EBITDA dengan pertumbuhan di atas 25 Persen.



10



12



18

Swara

MEDIA KOMUNIKASI PT PHAPROS TBK - INDONESIA

REDAKSI

Penasihat dan Penanggung jawab:
 Direksi PT Phapros Tbk.

Pemimpin Redaksi:
 Zahmilia Akbar

Kontributor:
 Andry Pramono
 Andharu Wahyu
 Helmy Hadi Hidayat
 Ajeng Vania
 Hapzon Effendi
 Annisa Dewi Yustita
 Jalu Satwiko SK
 Diah Istantri

Alamat Redaksi:
 Kantor Pusat PT Phapros, Tbk
 Menara Rajawali Lantai 17
 Jl. Dr. Ide Anak Agung Gde Agung
 Kuningan, Jakarta Selatan
 Phone: (021) 576 2709
 Fax: (021) 576 3910

BERANDA

Phapros punya rumah baru. Begitu ungkapan yang pas untuk menggambarkan berpindahnya kantor pusat Phapros dari Gedung RNI ke Menara Rajawali. Tampilan "rumah baru" Phapros lebih modern dan mampu merefleksikan citra Phapros sebagai anak perusahaan BUMN yang dinamis, modern, sekaligus siap menerima berbagai tantangan di masa depan.

Memasuki semester II/2019, kinerja Phapros terus tumbuh berkat kontribusi dari seluruh Phaproser. Tak hanya mengalami pertumbuhan yang cemerlang, Phapros juga telah siap melakukan perubahan dengan keluar dari zona nyaman. Setelah pada akhir 2018 lalu mencatatkan namanya di Bursa Efek Indonesia, pada Agustus 2019 lalu RUPSLB menyetujui penambahan modal dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) atau *right issue*. Artinya,

Phapros akan mendapatkan dana segar yang bisa digunakan untuk pengembangan bisnis baik organik, non-organik dan investasi.

Selain diperolehnya izin *right issue* di semester II/2019, salah satu produk pareto Phapros, Antimo juga dikabarkan akan melakukan peremajaan (*rejuvenation*) untuk menyesuaikan dengan perkembangan zaman di mana generasi milenial perlahan "menguasai" segmentasi produk yang sudah lebih dari 40 tahun diproduksi Phapros tersebut. Kabar lainnya datang dari PKBL-CSR yang bersinergi dengan induk perusahaan Phapros, PT Kimia Farma (Persero) Tbk menyelenggarakan program KAEF Mengajar yang dilakukan di sekolah binaan Phapros MI Al-Amin di Semarang, Jawa Tengah dalam rangka HUT ke-48 KAEF dan HUT ke-74 NKRI.

SWARA ANDA

Dear Redaksi Swara,

Ini kali pertama saya menjadi kontributor untuk edisi Juli - September 2019. Saya senang bisa menjadi salah satu penulis Swara. Sekedar usul, bagaimana jika Redaksi Swara memberikan semacam pelatihan penulisan jurnalistik dan fotografi dasar bagi Phaprosers yang ingin menjadi kontributor Swara?

Andry - Investor Relations

Dear Sdr. Andry

Terima kasih sudah mau berkontribusi menjadi salah satu penulis di Buletin Swara. Terkait pelatihan, tentu saja hal itu sudah masuk dalam daftar program kerja kami. Dengan adanya pelatihan, Tim Redaksi Swara berharap para kontributor bisa lebih mengembangkan kemampuan menulis dan fotografinya supaya lebih baik lagi. Pelatihan ini juga bertujuan untuk melakukan regenerasi penulis, karena di Phapros saat ini sudah banyak sekali milenial yang potensial untuk menjadi kontributor. Salam SPIRIT!

Dear Redaksi Swara,

Saya seorang Phaprosers milenial yang juga baru saja memiliki anak. Saya rasa akan lebih baik lagi jika Swara memiliki rubrik khusus yang membahas tentang *financial planning*, khususnya bagi para milenial baik yang masih *single* maupun yang sudah menikah.

Syafii - Admin Corporate Secretary

Dear Sdr. Syafii,

Terima kasih atas sarannya. Untuk rubrik khusus *financial planning* akan disiapkan materi-materinya terlebih dahulu ya, supaya pembahasannya bisa dekat dengan kondisi keuangan para milenial saat ini.

Melihat Wajah Kantor Pusat Baru Phapros Nan Modern



Setelah berpisah dari PT Rajawali Nusantara Indonesia, pada tanggal 22 Juli 2019 lalu PT Phapros Tbk meresmikan kantor pusat baru yang terletak di Menara Rajawali Lantai 17, Kawasan Mega Kuningan, Jakarta Selatan.

Direktur Utama Phapros, Barokah Sri Utami (Emmy) mengatakan, dengan menempati kantor baru tersebut diharapkan Phaprosers bisa lebih semangat dan kreatif dalam bekerja. Mengusung konsep modern industrial, kantor baru Phapros mampu menampung sekitar 70 orang karyawannya dalam satu lantai serta memiliki ruang makan karyawan yang bisa dijadikan tempat berkumpul saat makan siang dan ruang rapat utama yang sangat megah.

Acara peresmian kantor baru tersebut berlangsung cukup meriah. Dihiasi dekorasi cantik dan dipandu oleh MC kondang, Anita Hara, Phaprosers yang

hadir dalam acara tersebut dibuat kagum karena wajah baru "rumah Phaprosers" lebih modern dan elegan. Selain sambutan dari Komisaris Utama dan Direktur Utama, perwakilan Direksi PT Kimia Farma (Persero) Tbk juga turut memberikan pidato.

Setelah pengguntingan ronce melati dan pemotongan tumpeng sebagai simbol peresmian kantor baru, para tamu VIP kemudian diajak berkeliling kantor baru untuk melihat-lihat ruangan yang ada dalam kantor baru tersebut diiringi dengan tari tradisional Pendet dari Bali.



Oleh :
Annisa Dewi Yustita



Laba Phapros Tumbuh 27 Persen di Semester I/2019

PT Phapros Tbk yang juga merupakan anak usaha dari PT Kimia Farma (Persero) Tbk menunjukkan pertumbuhan kinerja pada semester I/2019. Berdasarkan laporan keuangan Perseroan, perusahaan farmasi nasional ini mencatatkan EBITDA dengan pertumbuhan di atas 25 persen dibanding periode yang sama tahun lalu.

Ditemui di sela-sela seremonial peresmian Kantor Pusat baru PT Phapros Tbk, di Menara Rajawali Lantai 17, Kawasan Mega Kuningan, Jakarta Selatan, Direktur Utama PT Phapros Tbk Barokah Sri Utami (Emmy) mengatakan, pertumbuhan laba bersih tersebut sejalan dengan peningkatan penjualan. "Selama periode Januari sampai Juni penjualan kami meningkat di atas 35 persen," kata Emmy.

Pertumbuhan penjualan tersebut terjadi di semua portofolio produk obat Phapros, baik obat jual bebas (OTC), obat generik, maupun etikal. "Pertumbuhan penjualan terbesar ada pada produk obat generik berlogo (OGB) sebesar 45 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu," imbuhnya.

Emmy menjelaskan hingga Desember 2019 nanti, Phapros menargetkan pertumbuhan *double digit*.

Adapun aksi korporasi yang akan dilakukan untuk mengejar target tahun ini, selain menggenjot penjualan di segmen etikal dan obat jual bebas (OTC), Perseroan akan memanfaatkan jalur multi-distribusi dengan PT Rajawali Nusindo dan PT Kimia Farma Trading & Distribution, serta bekerja sama dengan jaringan Kimia Farma Apotek agar *product availability* tetap terjaga.

Phapros juga kian gencar melakukan ekspansi bisnis, salah satu yang sedang dikembangkan adalah produk biologi (*stem cell*). Dalam pengembangannya, Phapros menggandeng pusat pengembangan dan penelitian *stem cell* Universitas Airlangga untuk mengembangkan serum anti penuaan dini (*anti-aging*) berbahan dasar biologi atau non-kimia. Kerja sama yang dilakukan dengan Universitas Airlangga ini juga merupakan bentuk dukungan Phapros terhadap hilirisasi riset.



Oleh :
Annisa Dewi Yustita

Lakukan *Brand Rejuvenation*, Antimo Siap Sasar Milenial



PT Phapros Tbk yang juga merupakan anak usaha PT Kimia Farma (Persero) Tbk, menunjukkan pertumbuhan kinerja pada semester I/2019. Berdasarkan laporan keuangan Perseroan, perusahaan farmasi nasional ini mencatatkan EBITDA dengan pertumbuhan di atas 25 persen dibanding periode yang sama tahun lalu. Di sisi lain, penjualan Phapros meningkat lebih dari 35 persen dari yang semula di kisaran angka Rp400 miliar pada semester I/2018, menjadi lebih dari Rp550 miliar pada semester I/2019.

Selain ditopang oleh penjualan obat generik berlogo (OGB) yang meningkat lebih dari 45 persen untuk pasar BPJS Kesehatan, pertumbuhan Phapros di semester I/2019 juga didukung oleh kontribusi salah satu produk pareto Phapros dengan merek "Antimo".

"Antimo Group berkontribusi lebih 25 persen terhadap laba perusahaan, sedangkan untuk penjualan, produk yang sudah hampir lima puluh tahun hadir di tengah masyarakat ini mencapai lebih dari 23 persen," ujar Direktur Utama Phapros, Barokah Sri Utami, atau yang akrab disapa Emmy.

Emmy menuturkan, Antimo masih menunjukkan performa yang baik karena terus berinovasi dan beradaptasi sesuai dengan perkembangan zaman sehingga selalu menjadi *top of mind* di segmen perjalanan (*traveling*).

"Dulu Antimo diposisikan sebagai obat anti mabok perjalanan (*anti-motion sickness*), tapi seiring dengan perkembangan zaman, *positioning* Antimo bergeser menjadi teman perjalanan keluarga.

Karena, saat ini Antimo juga memiliki produk turunan seperti Antimo Anak dan Antimo Herbal,” tambah Emmy.

Sebagai salah satu *living legend brand* di Indonesia, lanjut Emmy, Antimo juga dihadapkan dengan berbagai tantangan. Salah satunya adalah *gap generation* antara generasi terdahulu dan generasi milenial.

“Untuk menutup *gap generation* tersebut kami sudah menyiapkan berbagai strategi agar Antimo juga bisa diterima oleh generasi milenial. Contohnya adalah dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram dan YouTube sebagai media utama promosi,

menggandeng beberapa *influencer* terutama para *traveler* dan selebgram. Di samping itu, Phapros juga berencana melakukan *brand rejuvenation* dengan mengubah kemasan Antimo menjadi kemasan yang lebih modern, sehingga akan tetap diterima oleh konsumen generasi Milenial. Upaya lain adalah melakukan inovasi terhadap produk turunannya di antaranya Antimo Anak dan Antimo Herbal untuk lebih memperkuat posisi Antimo sebagai *umbrella brand*,” tutupnya.



Oleh :
Annisa Dewi Yustita



RUPSLB Phapros Targetkan *Right Issue* di Semester II/2019



PT Phapros Tbk yang merupakan anak usaha PT Kimia Farma (Persero) Tbk, pada 26 Agustus 2019 lalu menggelar Rapat Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) dengan agenda perubahan anggaran dasar, penambahan modal dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) serta perubahan susunan pengurus perseroan.

Phapros berencana menerbitkan sebanyak 862,75 juta lembar saham baru dalam simpanan (portepel) atau setara dengan 28,76% dari modal dasar perseroan.

“Dana yang diperoleh akan digunakan untuk pengembangan bisnis organik maupun anorganik, termasuk penambahan portofolio produk,

investasi, operasional perusahaan, pelaksanaan akuisisi, serta menambah modal kerja,” ujar Direktur Utama Phapros, Barokah Sri Utami.

Dalam jangka panjang, Phapros berencana mengakuisisi rumah sakit, menjalin kerja sama strategis dengan pihak luar negeri dalam pengembangan alat kesehatan



berteknologi tinggi serta pengembangan produk biologi, di antaranya produk *anti aging*. Produk *anti aging* ini merupakan hilirisasi kerja sama dengan salah satu perguruan tinggi negeri di Indonesia. Di sisi ekspor, Phapros juga berencana melebarkan sayapnya hingga ke Amerika Selatan dan Afrika.

Pada tahun 2019, Phapros ditargetkan tumbuh *double digit* baik dari sisi penjualan maupun laba. Hingga Semester I/2019 ini, kinerja Phapros lebih baik dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Angka penjualan meningkat di atas 35 persen dari Rp400 miliar pada semester I/2018, menjadi lebih dari Rp550 miliar pada Semester I/2019.

Di sisi lain, Perseroan mencatatkan EBITDA dengan pertumbuhan di atas 25 persen dari periode yang sama tahun lalu. RUPSLB kali ini juga menyetujui pengangkatan Verdi Budidarmo sebagai Komisaris Utama Phapros menggantikan J. Nanang Marjianto, dan membebaskan Fransetya Hutabarat dari segala bentuk tanggung jawab, tugas dan kewajibannya sebagai Direktur SDM & Umum.

Susunan Dewan Komisaris

Komisaris Utama : Verdi Budidarmo
 Komisaris : Masrizal Achmad Syarief
 Komisaris : Zainal Abidin
 Komisaris Independen: Fasli Jalal

Susunan Direksi

Direktur Utama : Barokah Sri Utami
 Direktur Keuangan : Heru Marsono
 Direktur Produksi : Syamsul Huda
 Direktur Pemasaran : Chairani Harahap



Oleh :
Annisa Dewi Yustita

GALERI PERISTIWA

Pelatihan Mitigasi Bencana Phapros di PGOT Mardi Utomo

Pada hari Sabtu 7 September 2019 Phapros bekerja sama dengan tim Taruna Siaga Bencana (TAGANA), SAR dan Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah mengadakan edukasi dan pelatihan mitigasi bencana di Pantti Layanan

Sosial Pengemis, Gelandangan dan Orang Terlantar (PGOT) Mardi Utomo Kota Semarang. Pelatihan bertema Mitigasi Bencana Berbasis Komunitas itu dihadiri oleh pengurus dan penghuni panti, sekolah binaan CSR Phapros serta guru RA/MI Al Amin.



Acara tersebut dibuka oleh Plt Kepala Dinas Sosial Kota Semarang Yusandar Armunanto bersama dengan GM Corporate Secretary PT Phapros Tbk Zahmilia Akbar. Setelah dilakukan penyerahan plakat secara simbolis, tim dari TAGANA memberikan materi pelatihan secara teori dan praktik.

Materi pelatihan yang disampaikan berkaitan dengan bencana yang sering terjadi di Kota Semarang, yaitu bencana banjir dan tanah longsor. Pelatihan tersebut bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan saat memberikan pertolongan pertama pada saat terjadinya bencana.

Perlu Phaproser ketahui, ternyata di dalam PGOT juga terdapat wahana wisata yang bisa dinikmati juga oleh masyarakat Kota Semarang yaitu Taman Pelangi. Taman Pelangi ini seluruh area wisatanya dikembangkan oleh para penerima manfaat panti Mardi Utomo. (*Andharu Wahyu*)

PORSENI HUT ke-65 Phapros dan HUT ke-74 Republik Indonesia

Rangkaian acara HUT ke-65 Phapros dan HUT ke-74 RI di Phapros Semarang tidak berhenti pada acara seremonial. Setelah pada bulan Juni dilakukan kegiatan donor darah serta syukuran bersama jajaran Direksi, panitia menggelar berbagai perlombaan olahraga dan seni.

Antusiasme karyawan sangat besar dalam mengikuti berbagai lomba tersebut. Hal itu terlihat dari banyaknya peserta lomba dibandingkan dengan tahun lalu. Pertandingan olahraga yang digelar antara lain cabang bulu tangkis, tenis lapangan, tenis meja, dan catur. Pada tahun ini panitia memang meniadakan lomba yang bersifat kontak fisik antar-peserta untuk mengurangi terjadinya cedera. Meski demikian hal itu tetap tidak mengurangi kemeriahan dan antusiasme peserta.

Selain olahraga, ada juga lomba non-olahraga, yaitu lomba *Quality Control Circle* (QCC), lomba 5R, lomba Pehadut.



Lomba QCC merupakan lomba yang rutin diadakan tiap tahun sebagai ajang unjuk inovasi yang dilakukan oleh semua karyawan di masing-masing departemen. Ajang QCC ini diadakan dalam berbagai kategori, yaitu Gugus Kendali Mutu (GKM), *Suggestion System* (SS), dan Konsep. Selain itu, diadakan lomba 5R yang bertujuan untuk melihat sejauh mana implementasi prinsip 5R/S yang ada di tiap departemen.

Puncak acara kemeriahan HUT PEHA ke-65 dan HUT RI ke-74 adalah acara *Fun Walk n Run 6.5 K* yang diadakan



pada hari Minggu, 4 Agustus 2019. Acara ini dimeriahkan dengan senam bersama, *launching* PEHA RUN Club, Jalan Sehat dan Lari 6.5 KM, lomba Ranking 1 dan juga final PEHADUT. Acara *Fun Walk n Run 6.5 K* ini berlangsung sangat meriah dan berjalan dengan tertib. Pengibaran bendera *start* dilakukan oleh Direktur Keuangan Bapak Heru Marsono. Setelah semua peserta lari dan jalan sehat kembali ke pabrik Simongan, acara dilanjutkan dengan hiburan-hiburan dan pengundian *doorprize*. (Helmy Hadi Hidayat)

Fun Games dan Porseni HUT ke-48 KAEF



Memasuki usia ke-48 tahun pada Agustus lalu, PT Kimia Farma Tbk (KAEF) menggelar serangkaian acara yang melibatkan seluruh anak perusahaannya. Rangkaian acara HUT ke-48 KAEF dibuka dengan *defile* di mana seluruh anak perusahaannya menampilkan kreativitasnya dalam bernyanyi, menari, drama, dan membuat yel-yel di *plant* KAEF Jakarta. *Defile* tersebut disaksikan dan dinilai langsung oleh dewan juri yang terdiri atas seluruh Direksi KAEF.

Acara dimeriahkan dengan beberapa *fun games* dan pertandingan olahraga di antaranya bola voli, futsal, badminton, tarik tambang, dan catur yang dilakukan serentak. Dalam perlombaan tersebut, kontingen Phapros meraih juara pertama lomba

tarik tambang dan juara kedua catur. Meski hanya mendapat dua medali, pencapaian tersebut patut diapresiasi karena ini merupakan kali pertama Phapros berpartisipasi dalam HUT KAEF, setelah sejak awal tahun 2019 resmi bergabung menjadi anak perusahaan.

Puncak acara diselenggarakan pada 20 Agustus 2019 di KAEF Holding yang terletak di kawasan Veteran, Jakarta Pusat. Pada pagi hari dilakukan audisi untuk lomba *modern dance* dan *solo vocal*. Pada ajang tersebut Phapros kembali menorehkan prestasi dengan menjadi juara favorit *modern dance* 2019. Malam harinya, seluruh tamu undangan dan Direksi KAEF menikmati penampilan artis papan atas Judika yang berhasil memukau penonton. (Annisa Dewi Yustita)



Phapros Gelar *Analyst Meeting* Perdana di Semarang

Untuk kali pertama PT Phapros Tbk mengadakan *analyst meeting* di Pabrik Phapros kawasan Simongan, Semarang, Jawa Tengah. Acara ini dihadiri oleh seluruh jajaran Direksi Phapros, beberapa GM Phapros, serta turut mengundang para analis yang berasal dari 11 sekuritas ternama, di antaranya PT Mirae Asset Sekuritas, PT CGS-CIMB Sekuritas Indonesia, dan PT BCA Sekuritas.

Dalam acara *analyst meeting* ini, Direktur Utama Phapros Barokah Sri Utami dan Direktur Keuangan Heru Marsono selaku pembawa materi menjelaskan kepada para analis tentang kinerja dan pencapaian perusahaan dalam lima tahun terakhir ini dari sisi keuangan, produksi, dan yang lainnya. Dengan diselenggarakannya *analyst meeting* ini, para analis bisa memberikan penilaian tentang apa yang akan dilakukan Phapros di masa mendatang terkait strategi bisnis dan aksi korporasi, dalam *research report*-nya

yang diterbitkan masing-masing perwakilan sekuritas. Hasil *research report* itu diharapkan mampu meningkatkan *corporate image* di mata para pelaku pasar modal, khususnya para investor atau pemain saham.

Setelah pemaparan direksi, acara dilanjutkan dengan *site visit* ke fasilitas produksi di pabrik Phapros untuk menjelaskan kepada analis bagaimana perusahaan mengimplementasikan K3 (Kesehatan dan Keselamatan Kerja) terhadap karyawan-karyawan yang bertugas di fasilitas produksi. Para analis juga berkesempatan melihat proses produksi beberapa produk unggulan Phapros. Setelah itu Phapros juga mengajak para analis untuk melakukan *city tour* ke Klenteng Sam Poo Kong, Lawang Sewu, dan diakhiri dengan kunjungan ke Kantor Phapros Kota Lama.

Keesokan harinya, Phapros dan para tamu analis mengunjungi Museum Kereta Api Ambarawa untuk

mengikuti tur keliling Ambarawa - Tuntang dengan menaiki kereta api zaman kolonial Belanda. Perjalanan ditempuh kurang lebih sekitar satu jam. Setelah itu rombongan menuju Bandara Internasional Ahmad Yani sambil berburu buah tangan di sekitar Kota Semarang.

Pengaruh analisis pasar modal terhadap perusahaan cukup penting, apalagi saat ini Phapros berstatus Perusahaan Terbuka yang sahamnya sudah tercatat di Bursa Efek Indonesia. Pastinya segala kegiatan yang dilaksanakan perusahaan akan berpengaruh terhadap harga saham di pasar modal. Perlu diketahui, analisis juga berperan sebagai pialang saham. Artinya ketika para analis bertemu klien, mereka akan menyajikan laporan hasil riset dan memberikan rekomendasi tentang saham dari emiten mana saja yang *profitable* dan *sustainable* kepada klien yang ingin menjadi *investor* atau *trader*. (Andry Pramono)

Mengenal Lebih Dekat Demensia, Penyakit Pikun Kronis yang Menyerang Orang Tua

Tebokan® mengandung ekstrak terstandar Ginkgo biloba (EGb 761) yang memiliki indikasi untuk memperbaiki sirkulasi darah perifer dan pusat.



Seiring dengan bertambahnya usia, fungsi otak akan kian menurun akibat proses penuaan. Salah satu cirinya ialah Anda mulai susah untuk mengingat sesuatu alias pikun. Hal tersebut normal terjadi selama tidak sampai pada tahap demensia, yakni kondisi penurunan daya ingat yang disertai perubahan cara berpikir hingga dapat mengakibatkan terganggunya aktivitas sehari-hari.

Di seluruh dunia, jumlah penderita demensia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Di Indonesia ada sekitar 2,2 juta penduduk yang mengalami kondisi tersebut dan diperkirakan akan terus naik. Oleh karenanya, kita harus mulai waspada mengenai penyakit demensia ini.

Gejala demensia

Gejala utama demensia adalah penurunan memori dan perubahan cara berpikir, seperti mudah lupa, sulit mempelajari hal baru, sulit berkonsentrasi, sulit mengingat waktu dan tempat, suasana hati tidak menentu, sulit menemukan kata yang tidak tepat saat berkomunikasi, apatis terhadap lingkungan sekitar, sering mengulang aktivitas yang sama tanpa disadari, dan lain sebagainya. Gejala-gejala tersebut dapat memburuk seiring dengan berjalannya waktu.

Jenis dan penyebab demensia

Demensia disebabkan oleh rusaknya sel saraf dan terganggunya hubungan antar-saraf pada otak.

Berdasarkan perubahan yang terjadi, ada beberapa jenis demensia, yaitu:

- **Penyakit Alzheimer**
Penyakit Alzheimer merupakan jenis demensia yang paling sering terjadi. Penyebab Alzheimer masih belum diketahui, namun perubahan genetik yang diturunkan dari orangtua diduga dapat meningkatkan risiko terjadinya penyakit ini. Selain faktor genetik, kelainan protein dalam otak juga diduga dapat merusak sel saraf sehat dalam otak.
- **Demensia vaskuler**
Demensia vaskular disebabkan oleh gangguan pembuluh darah di otak. Stroke berulang merupakan penyebab tersering dari demensia jenis ini.

- Kondisi lainnya
Selain penyakit Alzheimer dan demensia vaskular, terdapat juga kondisi-kondisi lain yang dapat menimbulkan gejala demensia, seperti *multiple sclerosis*, tumor otak, subdural hematoma, kelainan endokrin, efek samping obat, kekurangan vitamin dan mineral tertentu, serta keracunan logam berat.

Adapun faktor-faktor yang dapat meningkatkan risiko terkena demensia antara lain:

- Adanya riwayat dalam keluarga yang terkena demensia
- Obesitas
- Depresi
- *Sleep apnea* (sulit bernapas saat tidur)
- Kolesterol tinggi
- Hipertensi
- Diabetes

Pengobatan demensia

Untuk mengatasi demensia, sebaiknya segera konsultasikan ke dokter ahli. Dokter akan mencari penyebabnya dan memberikan terapi yang tepat untuk jenis demensia yang dialami oleh penderita.

Adapun secara umum, terdapat beberapa jenis terapi untuk penderita demensia, antara lain terapi khusus

(di antaranya terapi stimulasi kognitif, terapi okupasi, terapi ingatan, dll), dukungan keluarga, serta operasi.

Di samping itu, beberapa jenis obat yang biasa digunakan untuk meringankan gejala demensia adalah acetylcholinesterase inhibitors, memantine, antiansietas, antipsikotik, antidepresan, serta Tebokan®.

Tebokan®, obat herbal terstandar untuk memperbaiki sirkulasi darah di otak

Tebokan® mengandung ekstrak terstandar *Ginkgo biloba* (EGb 761) yang memiliki indikasi untuk memperbaiki sirkulasi darah perifer dan pusat.

Tebokan® memiliki tiga varian yang dibedakan berdasarkan jumlah kandungan EGb 761 dalam satu kapsul, yaitu Tebokan® (40 mg EGb 761), Tebokan® Spesial (80 mg EGb 761), dan Tebokan® Forte (120 mg EGb 761).

Ekstrak terstandar EGb 761 telah melalui banyak uji klinis dan menunjukkan hasil yang baik dalam memperbaiki kondisi demensia. Secara farmakodinamik, EGb 761 memiliki kemampuan dalam meningkatkan fungsi mitokondria dan metabolisme energi, mendorong produksi sel-sel saraf baru di bagian hipokampus, meningkatkan neuroplastisitas, serta melancarkan

aliran darah ke otak dengan cara menurunkan kekentalan darah.

Hasil-hasil uji klinis tersebut telah dikumpulkan pada tahun 2015 untuk dianalisis lebih lanjut melalui penelitian *systematic review*, yakni sebuah penelitian yang menggunakan data-data dari berbagai penelitian lain untuk mendapatkan satu kesimpulan yang kuat.

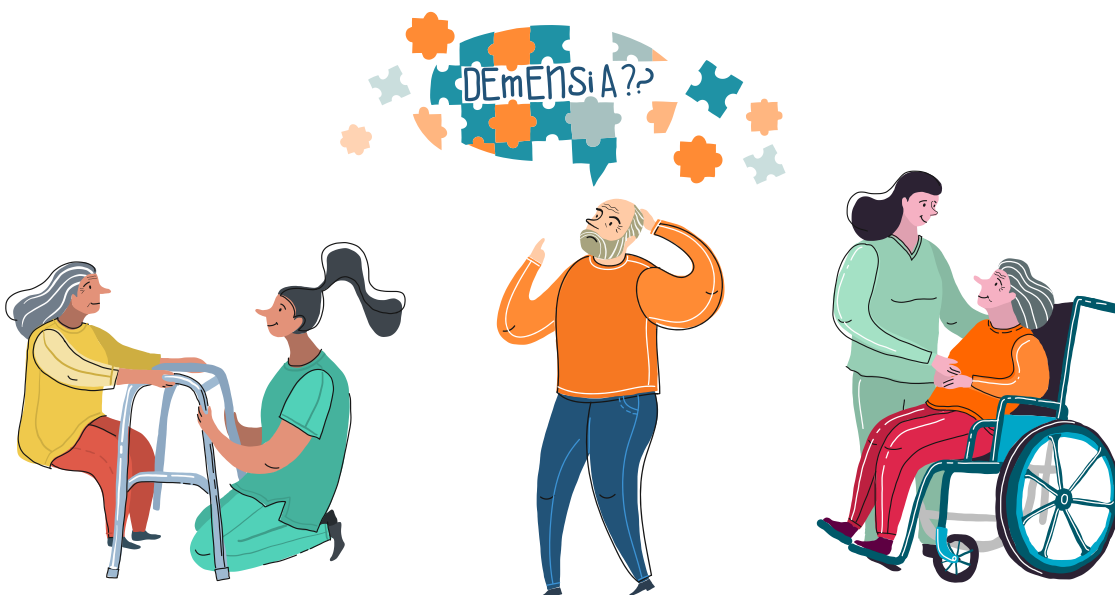
Hasil penelitian *systematic review* tersebut menyebutkan, dibandingkan dengan plasebo, ekstrak terstandar EGb 761 terbukti secara klinis signifikan memperbaiki kemampuan kognitif, fungsional, dan kondisi secara umum pasien dengan demensia.

Selain untuk demensia, ekstrak EGb 761 dalam formula Tebokan® dapat juga digunakan untuk kondisi tinitus (telinga berdengung), penurunan kemampuan kognitif, sakit kepala, serta vertigo.

Yang perlu diperhatikan, konsultasikan terlebih dahulu kepada dokter Anda sebelum menggunakan Tebokan® terkait dengan interaksi obat, efek samping, serta kontraindikasi.



Oleh :
Jalu Satwiko



WASPADA VERTIGO,

Bukan Sakit Kepala Biasa

Malam itu, Dwi seorang wanita karier ibu kota yang bekerja di Phapros, tiba-tiba merasakan sesuatu yang ganjil di kepalanya. Ia terbangun dari tidurnya dan tiba-tiba saja sekelilingnya terasa berputar hingga ia harus memuntahkan isi perutnya. Pada saat itu juga, ia menyadari bahwa vertigonya kambuh.

Dwi merupakan satu dari sekian banyak orang di dunia ini yang mengalami vertigo. Belum ada data pasti terkait jumlah penderita vertigo di Indonesia, namun diperkirakan sekitar 40% orang di atas usia 40 tahun pernah mengalaminya. Berdasarkan statistik, wanita lebih rentan mengalami vertigo dibanding pria.

Apa itu vertigo?

Vertigo merupakan salah satu bentuk sakit kepala di mana penderitanya mengalami persepsi gerakan yang tidak semestinya (biasanya gerakan berputar atau melayang).

Karena persepsi gerakan tersebut, biasanya penderita vertigo akan terpicu mengalami sensasi mual, muntah, mengeluarkan keringat berlebih, sakit kepala, bahkan kadang disertai nistagmus (gerakan mata yang tidak normal), telinga berdengung (tinnitus) dan sensasi merasa akan terjatuh. Biasanya, kondisi ini akan hilang-timbul dan bisa berlangsung selama beberapa menit, jam, atau bahkan hari.

Penyebab munculnya vertigo

Umumnya, vertigo terbagi menjadi dua jenis berdasarkan penyebabnya, yakni vertigo perifer dan vertigo sentral.

Vertigo perifer merupakan jenis vertigo yang paling sering dialami oleh banyak orang. Kondisi ini disebabkan karena adanya gangguan pada telinga bagian dalam yang berfungsi untuk mengatur keseimbangan tubuh (sistem vestibular). Hal ini bisa terjadi karena beberapa faktor, di antaranya:

- *Benign paroxysmal positional vertigo (BPPV)*
BPPV merupakan kondisi di mana sistem vestibular mengalami gangguan dan dipicu oleh perubahan posisi dan gerakan kepala secara tiba-tiba (seperti menunduk/mendongak secara tiba-tiba). Kondisi BPPV diduga terjadi akibat adanya kristal alami tubuh yang masuk ke dalam sistem vestibular sehingga menyebabkan telinga lebih sensitif terhadap gerakan.

Umumnya kondisi ini dialami oleh orang-orang dengan riwayat cedera kepala, mengalami infeksi telinga atau

pernah melakukan operasi pada telinganya.

- *Labirintitis*
Labirintitis merupakan peradangan yang terjadi di telinga bagian dalam akibat infeksi virus atau bakteri. Jika telinga bagian dalam mengalami peradangan, maka hal tersebut akan memicu munculnya vertigo.
- *Penyakit Meniere*
Penyakit Meniere merupakan kondisi di mana terjadi kerusakan pada telinga bagian dalam. Meski penyebab penyakit ini belum diketahui secara pasti namun para peneliti menduga bahwa kondisi ini terjadi karena jumlah cairan yang terdapat pada telinga bagian dalam tidak normal. Vertigo merupakan salah satu gejala yang sering dikeluarkan oleh penderita penyakit Meniere.

Jenis vertigo lainnya adalah vertigo sentral. Vertigo jenis ini terjadi akibat adanya masalah pada otak.

Kondisi yang menyebabkan vertigo sentral antara lain migrain (sakit kepala sebelah), *multiple sclerosis* (gangguan imun yang menyerang sistem saraf pusat), neuroma akustik (tumor jinak yang tumbuh pada saraf penghubung telinga dengan otak), tumor otak yang tumbuh pada bagian otak kecil, stroke, beberapa obat-obatan yang memiliki efek samping vertigo.



Adapun faktor risiko yang dapat meningkatkan risiko seseorang mengalami vertigo di antaranya adalah:

- Berusia di atas 40 tahun
- Pernah mengalami cedera kepala
- Memiliki riwayat vertigo di keluarga
- Mengalami stres berat
- Mengonsumsi alkohol secara berlebihan
- Mengonsumsi kafein secara berlebihan
- Merokok

Lalu, bagaimana cara mencegah dan mengatasi gejala vertigo?

Cara mencegah yang paling mudah tentu adalah menghindari faktor risiko yang dapat dihindari, seperti mengelola stres dengan baik, tidak mengonsumsi alkohol secara berlebihan, mengurangi asupan kafein, serta menghindari rokok.

Namun jika Anda terlanjur terkena vertigo, yang perlu Anda lakukan pertama kali adalah berusaha untuk tetap tenang. Sebab, sering kali gejala vertigo akan membaik dengan sendirinya seiring dengan berjalannya waktu. Hal ini terjadi karena otak Anda perlu menyesuaikan diri pada perubahan telinga bagian dalam, sebagai upaya menjaga keseimbangan tubuh.

Jika gejala vertigo dirasa mulai mengganggu, Anda perlu memeriksakan diri Anda ke dokter untuk diperiksa dan didiagnosis penyebabnya. Hal ini penting untuk dilakukan karena ada beragam cara untuk mengatasi gejala vertigo, tergantung dari penyebabnya.

Dokter Anda akan menginformasikan terapi yang tepat untuk Anda berdasarkan penyebab yang memicu timbulnya vertigo. Adapun untuk mengurangi gejala, dokter biasanya akan meresepkan obat vertigo agar Anda merasa lebih baik. Beberapa obat yang umum diberikan ialah meclizine, promethazine, diphenhydramine, dimenhydrinate, betahistine, serta lorazepam.

Jika vertigo disebabkan oleh masalah mendasar yang lebih serius, seperti tumor atau cedera pada otak atau leher, operasi dapat dilakukan untuk membantu meringankan bahkan menyembuhkan penyakit ini.



Oleh :
Jalu Satwiko



Product Knowledge, Basic Knowledge yang Krusial

Product knowledge (pengetahuan tentang produk) merupakan hal mutlak yang harus diketahui oleh tenaga pemasaran, entah apapun itu produk yang dipasarkan. Jika tidak, hal itu bisa berakibat fatal terhadap produk itu sendiri, bahkan lebih berbahaya jika sampai membahayakan pelanggan karena salah informasi. Misalnya, pembersih lantai yang warnanya mirip minuman kaleng, dibidang minuman penuh energi; obat untuk penyakit jantung dibidang obat untuk menurunkan tensi; yang akibatnya pelanggan bisa keracunan dan bahkan bisa menyebabkan kematian. Belum lagi jika dikaitkan dengan persaingan (kompetitor) yang semakin ketat di pasar; *trust customer*; kepuasan pelanggan; dan masih banyak lagi alasan mengapa seorang penjual wajib menguasai seluk beluk produk yang dipasarkannya.

Di era milenial, dengan alat komunikasi super canggih seperti saat ini, pelanggan semakin cerdas dan sangat selektif dalam memutuskan membeli suatu produk. Bukan hanya masalah harga, kualitas, *delivery*, yang menjadi pertimbangan melainkan "*trust*" terhadap suatu produk tersebut. Jadi jangan coba-coba untuk menipu *customer*, karena pasti akan ketahuan

karena informasi bisa didapat dengan super cepat, super murah, dan super akurat.

Bersumber dari blog Distribusi Pemasaran yang ditulis oleh Agus Octa, ada 11 poin penting dari *product knowledge* yang wajib diketahui oleh *salesman*, yaitu:

1. Informasi dasar produk;
2. Desain produk;
3. Material dasar dan komposisi komponennya;
4. Proses pembuatan produk;
5. Fungsi dasar/penggunaannya;
6. Pemeliharaan dan masa pakai/*expiry date*;
7. Harga dan syarat pembayarannya;
8. Perbandingan dengan kompetitor;
9. *Benefit/manfaat product*;
10. Layanan purna jual (*after sales*); dan
11. Terjemahkan bahasa teknis ke bahasa pemasaran/penjualan.

Jika 11 poin tersebut dikuasai dengan baik, paling tidak *salesman/detailer* bisa lebih percaya diri dalam menawarkan suatu produk ke pelanggan, dan sudah punya modal untuk meyakinkan pelanggan, walaupun belum tentu pelanggan memutuskan untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

Knowledge - Skill - Attitude

Product knowledge merupakan bagian dari sekian banyak *knowledge* yang harus dikuasai oleh seorang tenaga pemasaran. Selain *product knowledge*, tenaga pemasaran, khususnya di bidang farmasi dan medis juga harus menguasai pengetahuan tentang dunia medis, pengetahuan tentang kompetitor, pengetahuan tentang area pemasaran, pengetahuan tentang konsumen, pengetahuan dasar akuntansi, dan pengetahuan tentang historis penjualan.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Michel Caceci dari Excelerated Performance, LLC, bahwa seorang penjual yang baik membutuhkan pengetahuan, keterampilan dan sikap untuk menjadi sukses.

Lalu, Caceci mendefinisikan istilah tersebut dengan cara sebagai berikut:

Pengetahuan: Apa yang harus dilakukan atau informasi, pemahaman dan keterampilan yang diperoleh dari pengalaman pendidikan;

Keterampilan: Cara melakukannya atau kemampuan untuk melakukan sesuatu yang berasal dari pelatihan dan pengalaman;

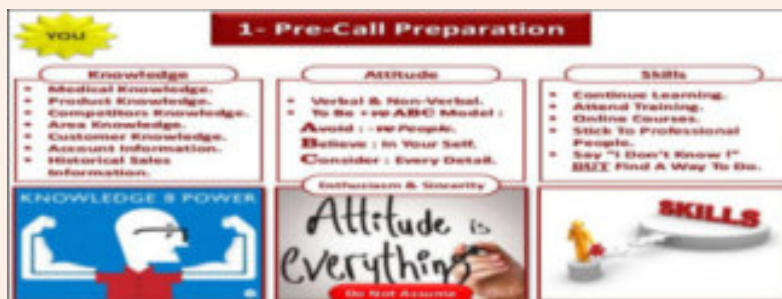
Sikap: ingin melakukannya.

Caceci juga mengatakan kombinasi antara pengetahuan dan keterampilan hanya memiliki dampak 15% pada kinerja penjualan, sementara sikap menyumbang 85% dari kinerja penjualan. Namun bukan berarti pengetahuan dan keterampilan tidak berperan penting dalam kinerja penjualan. Walaupun persentasenya kecil, perannya sangat penting dalam proses *selling* (penjualan). Namun yang harus digarisbawahi, sehebat apapun seseorang memiliki pengetahuan dan keterampilan, jika tidak ada *action*-nya, atau memiliki sikap negatif, keduanya tidak akan menghasilkan apa-apa alias tidak berguna. Hubungan antara ketiganya komponen tersebut dapat dilihat dari gambar berikut:

Product Knowledge dan Kepuasan Customer

Mengingat pentingnya penguasaan *product knowledge* bagi seorang penjual, maka tidaklah mengherankan jika suatu perusahaan modern tidak segan-segan mengeluarkan biaya investasi dalam rangka mempersiapkan sumber daya manusia (SDM) yang andal demi suksesnya peluncuran suatu produk sekaligus untuk jenjang karier tenaga pemasaran yang selalu menjadi ujung tombak perusahaan, baik barang maupun jasa.

SDM merupakan aset yang sangat berharga, melebihi dari semua jenis produk yang ditawarkan. Produk yang berkualitas tidak akan laku di pasaran jika tenaga pemasarannya tidak mengerti apa yang harus disampaikan kepada pelanggannya, atau sebaliknya, produk yang biasa-biasa saja bisa laris di pasaran karena tepat sasaran, dan mampu mengkomunikasikannya dengan baik kepada calon pembeli. Seorang penjual andal dan memiliki *knowledge* yang baik, secara otomatis sudah melakukan tugasnya dengan baik, karena dapat memenuhi kebutuhan pelanggan terhadap informasi produk. Hal itu berujung pada kepuasan pelanggan, lalu menjadi pelanggan loyal yang pada akhirnya akan menjadi *customer profitability*. Semoga bermanfaat.



Oleh :
Hapzon Effendi

Basic Training Marketing Batch VII

The Pride of PEHA

Pada tanggal 19-23 Agustus 2019, Departemen SDM atau yang sekarang dikenal sebagai *Human Capital* (HC) bagian Perencanaan dan Pengembangan (HCPP) kembali mengadakan *Basic Training Marketing* (BTM). Tahun ini merupakan angkatan VII sejak pertama kali dilaksanakan medio tahun 2014. *Basic Training Marketing* merupakan *training* dasar yang diberikan kepada seluruh ujung tombak perusahaan yaitu *Medical Representative* (MR) atau *Merchandizer* (MDZ) baru. Pelatihan ini merupakan bekal mereka untuk terjun di lapangan dan menjalankan tugas-tugas mereka bertemu dengan dokter, klien, dan semua pelanggan dari produk perusahaan kita tercinta, Phapros. Nah, karena PEHA sudah bergabung dengan KAEF, maka pada BTM Batch VII kali ini diadakan di *Kimia Farma Learning Center* di Jakarta.

KAEF *Learning Center* ini berlokasi di Jakarta Timur tepatnya di Jl. Cipinang Cempedak I No. 36, Polonia, Jatinegara, Jakarta Timur.

Training BTM Batch VII yang dikemas serius tapi santai ini dibuka secara langsung oleh *Manager HC* Perencanaan dan Pengembangan (HCPP) Arin Aldian. Acara ini diawali dengan meneriakkan yel-yel Phapros. Yel-yel tersebut diteriakkan oleh semua peserta dengan penuh semangat, sehingga suasana ruangan menjadi gemuruh, penuh dengan energi muda yang akan membuat Phapros makin jaya.

Arin Aldian kemudian menjelaskan maksud dan tujuan BTM VII yang bertema “*The Pride of PEHA*” ini. Menurut Arin Aldian, karyawan Phapros harus bangga menjadi bagian dari salah satu perusahaan farmasi besar di Indonesia.

“Rasa bangga adalah bagian penting dari perusahaan ini, dan harus memberikan kerja terbaiknya untuk kemajuan Phapros saat ini dan di masa mendatang,” kata Arin Aldian.

Basic Training Marketing Batch VII ini diikuti oleh 34 peserta dari pilar *Ethical*, OGB, dan OTC dari seluruh Indonesia. Peserta sangat antusias mengikuti *training* BTM ini karena mereka akan mendapatkan ilmu dan pengetahuan yang bisa diterapkan langsung di lapangan. Mereka mendapatkan materi langsung dari mentor-mentor yang sudah sangat berpengalaman di bidangnya. Di hari pertama peserta mendapatkan materi mengenai *Human Capital* dari Arin Aldian serta materi *Medical Knowledge* oleh dokter perusahaan yaitu Dr. Ardiman D. Materi *Medical Knowledge* ini menjadi sangat penting bagi peserta, karena sehari-hari mereka berurusan dengan produk farmasi yang ada hubungan secara langsung dengan fungsi-fungsi organ yang ada dalam tubuh manusia.

Pada hari kedua, peserta mendapatkan materi Farmakologi dasar, *Know Your Customer*, dan *Service Excellent* dari *GM Marketing Ethical*, M. Yansen. Di hari kedua ini peserta semakin bersemangat lagi karena sudah mulai masuk ke materi yang lebih teknis di lapangan. M. Yansen membahas tuntas pentingnya mengenali berbagai karakter pelanggan dan cara menangani berbagai karakter tersebut, serta bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Pada sore hingga malam harinya, materi dilanjutkan oleh *GM Marketing OGB*, Haki Subakti dengan tema *Negotiation and Selling Skill*.

Optimalisasi Teknologi dan SINAU

Pada hari ketiga dan keempat, *training* BTM dilanjutkan dengan materi *Product Knowledge* dari masing-masing pilar, sehingga peserta dibagi dalam tiga ruangan yang berbeda. Materi *Product Knowledge* ini disampaikan oleh *Product Manager* (PM) dari masing-masing produk yang mereka kelola. Dari hari pertama sampai keempat seluruh peserta tidak mendapatkan materi dalam bentuk *hard copy/print*. Panitia dari Departemen HCPP memang

mendesain pelatihan ini agar *paperless*. Seluruh peserta cukup membuka laptop di meja mereka masing-masing dan membuka SINAU yang tentunya semua Phaproser sudah tahu, kan? Sebagai informasi, SINAU adalah salah satu sistem yang dimiliki Phapros dalam hal pengelolaan *Knowledge Management*. SINAU bisa diakses via gadget semua karyawan dengan alamat web <https://dashboard.phapros.co.id/sinau>. Langkah ini menjadi sangat efektif dan efisien karena peserta cukup mencari judul materi yang sedang dibawakan oleh pada mentor di layar laptop mereka.

Pada hari keempat masih dengan materi *Product Knowledge* di masing-masing pilar. Peserta masih mengikuti pelatihan ini dengan penuh semangat. Hal ini dibuktikan dengan antusiasme peserta dalam menjawab maupun bertanya kepada para mentor.

Pada hari terakhir yaitu hari kelima, acara *Basic Training Marketing VII* ini ditutup secara langsung oleh Direktur Pemasaran Phapros, Chairani Harahap. Acara penutupan ini berlangsung selepas peserta melaksanakan sholat Jumat dan makan siang. Direktur Pemasaran Phapros banyak memberikan arahan serta bimbingan kepada seluruh peserta yang hadir. Sesekali ia menceritakan pengalaman pribadinya ketika masih menjadi MR seperti peserta BTM ini.

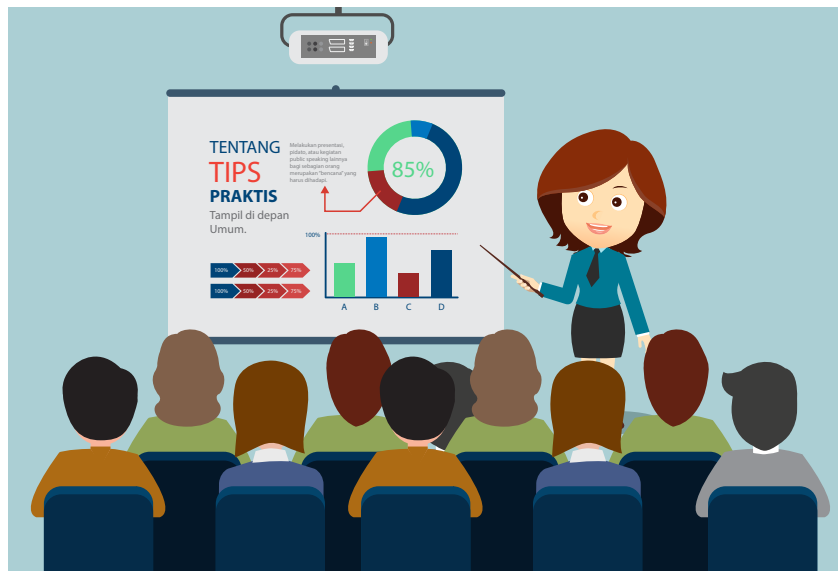
Ia menekankan kepada seluruh peserta untuk benar-benar paham tentang produk yang dibawa oleh MR/MDZ. Ia juga berharap *basic training* ini benar-benar menjadi bekal MR/MDZ untuk terjun ke lapangan dan mengaplikasikannya. Setelah acara penutupan berlangsung, peserta dan juga panitia menuju ke kawasan Pantai Ancol untuk melakukan *outbond*.



Oleh :
Helmy Hadi Hidayat

Tidak Lagi Takut Tampil di Depan Umum dengan Tips Praktis

Melakukan presentasi, pidato, atau kegiatan *public speaking* lainnya bagi sebagian orang merupakan “bencana” yang harus dihadapi. Tak peduli apakah kita tergolong pribadi yang *introvert* atau *extrovert*, jika memasuki dunia profesional sedikit atau banyak pasti akan menghadapi momen di mana Phaprosters harus berbicara di depan umum.



Gugup, takut, khawatir bahwa pidato atau presentasi yang akan disampaikan bakal berjalan tidak lancar selalu menghantui, terutama bagi mereka yang *introvert*. Nah, penulis akan membagikan sedikit tips bagi Phaprosters agar tidak takut tampil di depan umum.

1. Persiapan yang matang

Persiapan matang merupakan salah satu kunci sukses seorang *public speaker*. Beberapa hari sebelum tampil, hendaknya kita sudah melakukan persiapan mulai dari kesehatan fisik, mental, hingga penguasaan materi. Dan jangan lupa mengorganisir kebutuhan teknis pada saat akan berbicara di hadapan publik, seperti audio atau alat peraga. Ingat, sekalipun sudah menjadi pembicara profesional, hal ini masih harus terus dilakukan ya, Phaprosters!

2. Berlatih di depan cermin

Cara ini sangat membantu penulis ketika harus menjadi MC atau menyampaikan sesuatu di depan umum. Dengan berlatih di depan cermin, kita bisa mengetahui

mimik wajah, intonasi, kecepatan berbicara, gestur tubuh, dan hal lain yang masih harus diperbaiki sehingga pada saat hari H bisa tampil dengan maksimal.

3. Kenali audiens

Mengenal siapa yang akan menjadi *audiens* kita juga bisa membantu kelancaran kegiatan *public speaking*. Dengan mengenal siapa *audiens* yang hadir, sebagai pembicara kita bisa menyesuaikan gaya bahasa dan pakaian yang akan digunakan.

4. Fokus pada konten materi

Meski telah mengenal audiens yang hadir kita harus tetap fokus pada materi yang akan disampaikan. Tidak perlu memikirkan apa pendapat audiens, percayalah *audiens* sangat membutuhkan informasi yang akan kita sampaikan.

5. Jaga kontak mata, senyum, latihan pernapasan, dan berdoa!

Saat naik ke panggung dan harus menyampaikan materi di depan umum, jangan lupa untuk selalu menjaga kontak mata dengan

audiens agar bisa memberikan efek kedekatan personal. Dengan demikian kita akan merasa lebih nyaman berbicara di depan mereka. Saat menjaga kontak mata, ingatlah untuk selalu tersenyum dalam kondisi apapun agar suasana yang hangat dan cair bisa tercipta.

Hal lain yang juga penting dilakukan adalah melatih pernapasan. Dengan melatih pernapasan yang baik, bisa membantu kita mengatur kecepatan berbicara, artikulasi, dan intonasi juga menjadi lebih jelas. Dengan demikian *audiens* bisa memahami apa yang kita sampaikan. Terakhir, semua usaha di atas tidak akan maksimal jika tidak diiringi dengan doa. Jadi berdoalah selalu sebelum kita tampil di depan umum ya, Phaprosters!



Oleh :
Annisa Dewi Yustita

Tertarik Investasi Properti?

Jangan Lewatkan Tips Ini

Dari berbagai produk investasi yang tersedia, investasi properti merupakan salah satu yang menjanjikan. Semua orang membutuhkan tempat tinggal, dan kebutuhan rumah atau apartemen terus meningkat. Di sisi lain hal itu tidak diimbangi dengan ketersediaan lahan. Tidak aneh jika harga properti semakin meningkat tiap tahunnya.

Investasi merupakan satu hal yang sejatinya harus dilakukan setiap orang, terlebih bila mereka telah memiliki pendapatan sendiri. Mengapa investasi perlu dilakukan? Dengan berinvestasi, kita bisa mencapai tujuan tertentu yang ingin kita capai baik dalam jangka pendek, menengah, atau bahkan jangka panjang.

Dari berbagai produk investasi yang tersedia, investasi properti merupakan salah satu yang menjanjikan. Semua orang membutuhkan tempat tinggal, dan kebutuhan rumah atau apartemen terus meningkat. Di sisi lain hal itu tidak diimbangi dengan ketersediaan lahan. Tidak aneh jika harga properti semakin meningkat tiap tahunnya.

Jika Phaproviders tertarik untuk berinvestasi di bidang properti, sebaiknya perhatikan hal-hal berikut agar tidak salah pilih, yang berujung pada kerugian.

1. Perhatikan Status Tanah

Terdapat tiga jenis status tanah yang dikenal di wilayah Republik Indonesia di antaranya Hak Milik (HM), Hak Pakai atau Hak Guna Bangunan (HGB). Hak Milik adalah hak yang paling sempurna "terkuat dan terpenuh" atas tanah.

Itulah sebabnya warga negara asing (WNA) tidak boleh mempunyai sertifikat Hak Milik. Mereka hanya diperbolehkan menggunakan sertifikat Hak Pakai. Jika seorang WNA berniat membeli apartemen, perlu dipastikan apakah apartemen tersebut berdiri di atas tanah yang berstatus hak pakai atau tidak.

2. Membeli Rumah dari Pengembang (Developer)

Prosedur diawali oleh penandatanganan surat konfirmasi pemesanan yang dilanjutkan dengan penandatanganan Perjanjian Pengikatan Jual Beli (PPJB). Setelah itu diteruskan dengan penandatanganan Akta Jual Beli (AJB) di hadapan Pejabat Pembuat Akta Tanah (PPAT).

3. Cermat dan Teliti Memilih Penjual

Perlu dicermati apakah penjual adalah pihak yang berhak dan berwenang dalam melakukan penjualan properti atau tidak. Apabila tanah yang dijual adalah tanah warisan, maka yang berhak menjualnya adalah ahli waris atau nama yang tersebut dalam surat wasiat yang sah (apabila ada). Jika jual beli tanah tidak mendapat persetujuan dari para ahli waris,

artinya tanah tersebut dijual oleh orang yang tidak berhak dan jual beli tanah dianggap batal.

4. AJB harus dibuat oleh PPAT

Jika di daerah lokasi tanah tersebut berada belum ada PPAT, maka perjanjian jual beli bisa dilakukan oleh PPAT Sementara, dalam hal ini adalah camat. Peralihan hak atas tanah dan hak milik melalui jual beli hanya dapat didaftarkan bila dibuktikan dengan akta yang dibuat PPAT. PPAT bertugas untuk melaksanakan pendaftaran tanah dengan membuat akta sebagai bukti telah dilakukannya perbuatan hukum tertentu mengenai hak atas tanah.

5. Pajak

Dalam transaksi jual beli tanah, baik penjual ataupun pembeli dikenakan pajak. Untuk penjual tanah, dikenakan Pajak Penghasilan (PPH). Bagi pembeli tanah, dikenakan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB). Berikut cara perhitungannya:

- Pajak Penjual (PPH) = $\text{NJOP} / \text{harga jual} \times 5\%$
- Pajak Pembeli (BPHTB) = $[\text{NJOP} / \text{harga jual} - \text{NPTKP}] \times 5\%$

¹ Nilai Jual Objek Pajak

² Nilai Perolehan Tidak Kena Pajak

³ Surat Pemberitahuan Pajak Terhutang Pajak Bumi dan Bangunan

6. Sertifikat Tanah

Jika tanah yang dibeli belum bersertifikat dan ingin disertifikatkan, prosedurnya adalah sebagai berikut:

- Pemohon datang ke Kantor Pertanahan setempat dan mengajukan permohonan hak yang dimaksud.
- Permohonan hak disertai dengan: Kartu Identitas, Surat Pernyataan Penguasaan Fisik lebih dari 20 tahun secara terus-menerus dan surat keterangan dari Kepala Desa atau Lurah yang disaksikan oleh dua orang tetua adat atau penduduk setempat, Surat Pernyataan telah memasang tanda batas, serta fotokopi SPPT PBB tahun berjalan.
- Setelah itu, Kantor Pertanahan akan dilakukan pengumpulan dan pengolahan data fisik di antaranya pengukuran tanah. Selain itu juga dilakukan pengumpulan dan pengolahan data yuridis berdasarkan bukti-bukti yang dimiliki seperti tersebut di atas.

- Setelah tanah diukur dan diteliti, Kantor Pertanahan akan mengeluarkan Surat Keputusan (SK) Pemberian Hak. Pada SK tersebut tercantum tanah yang sudah berstatus sebagai tanah hak milik dan harus membayar pemasukan kepada negara atau membayar PPH dan BPHTB sesuai yang tercantum dalam SK.
- Setelah ketentuan dalam SK Pemberian Hak dipenuhi, Kantor Pertanahan akan menerbitkan Sertifikat Tanah.

7. Jual Beli dengan Keluarga

Jual beli tanah yang terjadi antara orangtua dan anak tidak berbeda dengan jual beli tanah pada umumnya. Jual beli tetap harus dilakukannya di hadapan PPAT. Tidak terdapat regulasi yang melarang jual beli antara anak dan orangtuanya.

Yang dilarang adalah jual beli antara suami dan istri sesuai dengan Pasal 1467 KUPerdata yang berbunyi

"Antara suami istri tidak dapat terjadi jual beli, kecuali dalam tiga hal berikut: 1. Jika seorang suami atau istri menyerahkan barang-barang kepada istri atau suaminya, yang telah dipisahkan oleh Pengadilan, untuk memenuhi hak istri atau suaminya itu menurut hukum; 2. Jika penyerahan dilakukan oleh seorang suami kepada istrinya berdasarkan alasan yang sah, misalnya untuk mengembalikan barang si istri yang telah dijual atau uang si istri, sekedar barang atau uang tersebut dikecualikan dari persatuan; 3. Jika istri menyerahkan barang kepada suaminya untuk melunasi jumlah uang yang telah ia janjikan kepada suaminya itu sebagai harta perkawinan, sekedar barang itu dikecualikan dari persatuan. Namun ketiga hal ini tidak mengurangi hak para ahli waris pihak-pihak yang melakukan perbuatan, bila salah satu pihak telah memperoleh keuntungan secara tidak langsung."



Oleh :
Ajeng Vania

PKBL-CSR

Kimia Farma dan Phapros Mengajar



PT Kimia Farma Tbk sebagai Perusahaan BUMN yang bergerak dalam bidang Farmasi, selain menjalankan bisnis juga turut andil dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui departemen *Corporate Social Responsibility* bidang Bina Lingkungan.

Dalam rangka memperingati Hari Ulang Tahun yang ke-48, Kimia Farma meluncurkan program yang terkait dengan masa depan generasi muda melalui dunia pendidikan. Program itu bernama "Kimia Farma Mengajar" dengan

tema “Sekali Mengajar, Selamanya Menginspirasi”. Kegiatan tersebut dilakukan serentak oleh 48 member Kimia Farma Grup di seluruh Indonesia. Phapros beserta Kimia Farma *Plant* Semarang merupakan tim Semarang 2 yang bertanggung jawab menyelenggarakan kegiatan tersebut di wilayah Semarang dengan sasaran sekolah yang masih sangat membutuhkan bantuan.

Kegiatan diawali dengan melakukan survei ke sekolah yang masih membutuhkan bantuan tersebut pada Senin, 5 Agustus 2019. Phapros sebagai perusahaan yang berada di lingkungan Kelurahan Bongsari, dan Kimia Farma *Plant* Semarang yang berdomisili di wilayah kelurahan Ngemplak Simongan Semarang Barat, sepakat untuk berkunjung ke sekolah yang setara dengan sekolah dasar yaitu MI Al-Amin. Sekolah tersebut selama ini menjadi binaan Phapros, dan masih membutuhkan bantuan serta pendampingan mengingat sumber dana yayasan yang minim bahkan tidak ada. Hal ini sejalan dengan ketentuan CSR-PKBL Kimia Farma *Holding*.

Berdasarkan hasil survei, tim sepakat melakukan kegiatan di MI Al Amin pada Kamis 29 Agustus 2019. Kegiatan yang bertujuan memberikan pengetahuan dan wawasan tentang berbagai profesi serta memberikan inspirasi untuk menggapai cita-cita ini menghadirkan Relawan Pengajar. Mereka memaparkan berbagai profesi dengan menggunakan bermacam alat peraga untuk memudahkan siswa memahami apa yang disampaikan.

Kegiatan tersebut diawali dengan apel pagi yang berisi pembacaan Asmaul Husna, ikrar dan doa serta penghormatan kepada Sang Saka Merah Putih. Apel pagi dipimpin oleh Kepala Sekolah dan diikuti oleh siswa, relawan pengajar dan seluruh panitia.

Ada yang tidak biasa pada acara ini karena bahasa yang digunakan baik oleh kepala sekolah, guru dan siswa adalah bahasa Jawa. Demikian juga dengan pakaian yang dikenakan kepala sekolah dan guru yaitu pakaian adat Jawa. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pemprov Jawa Tengah, bahwa setiap hari Kamis instansi maupun sekolah wajib menggunakan bahasa dan pakaian adat Jawa guna turut melestarikan budaya daerah.

Setelah apel pagi, dimulailah kegiatan GERMAS Anak Sekolah yang sudah dicanangkan Phapros sejak bulan September 2018. Agenda pertama adalah olahraga untuk menjaga kesehatan tubuh, diselingi cium tangan siswa tanda hormat kepada guru dilanjutkan dengan gerakan Cuci Tangan Pakai Sabun untuk menjaga kebersihan dan makan pagi bersama di kelas masing-masing.

Nantinya, secara periodik akan dilakukan *Monitoring* dan evaluasi terhadap budaya yang telah ditanamkan kepada anak-anak ini. Siswa yang paling sering membawa bekal dengan menu seimbang, serta guru kelas yang memiliki jumlah siswa terbanyak membawa bekal mendapatkan *reward*.

Tujuh relawan pengajar terdiri dari lima orang dari Phapros dan dua orang dari Kimia Farma *Plant* Semarang, secara bergantian setiap orang mengajar dua kelas dengan agenda pertama memperkenalkan berbagai profesi baru kemudian masuk dalam profesi Inti. Idiana Novita (Phapros) dengan pakaian olahraga mengampu kelas 1 dan kelas 2 menyampaikan tentang profesi olahragawan, yang sudah sangat dikenal siswa.

Penjelasan tentang profesi dosen disampaikan oleh Rika Eviyanti dari Kimia Farma *Plant* Semarang. Profesi dosen ini belum familiar di kalangan siswa-siswi kelas 1 dan kelas 2. Rika memberikan pemahaman dengan cara menceritakan strata pendidikan dari SD, SMP, SMA dan Perguruan Tinggi sehingga mereka akhirnya siswa memahami bahwa dosen adalah guru saat mereka kuliah nanti.

Ifana Masturiyah, salah satu *marketing* Phapros yang andal menjelaskan tentang seluk beluk *marketing* profesional yang bisa berhubungan dengan berbagai profesi lain. Hal ini ternyata menjadikan daya tarik tersendiri bagi siswa untuk banyak bertanya seputar dunia *marketing*. Sementara itu *Corporate Phapros* – Zahmilia Akbar menjelaskan tentang profesi apoteker, yang banyak bekerja di pabrik obat.

Yel-yel penyemangat disisipkan pada setiap pergantian sesi. Para guru kelas dengan jeli melihat kondisi siswa agar terus termotivasi mengikuti acara selanjutnya.

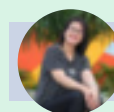
GM Engineering Phapros, Santosa Adi Wibawa menayangkan berbagai profesi serta memberikan materi inti profesi seorang insinyur yang memiliki banyak tanggung jawab, salah satunya perawatan mesin-mesin produksi di Phapros yang memproduksi obat. Santosa juga menjelaskan proses pembuatan dan perakitan pesawat terbang hingga pesawat tersebut dapat terbang dan membawa penumpang. Siswa semakin tertarik karena penjelasan dilakukan melalui tayangan film.

Diah Istantri, dari PKBL-CSR Pahpros membahas tentang profesi wartawan. Materi disampaikan dengan menggali pengetahuan anak-anak terkait sebuah berita, dari mana berita itu berasal? Siapa yang mencari berita? Apa itu wartawan? Peralatan apa yang diperlukan wartawan? Siswa-siswi dengan antusias melakukan latihan sebagai wartawan dengan mewawancarai relawan maupun temannya. Berikutnya siswa-siswi diberi kesempatan menggunakan alat peraga mik dan kerangka TV seolah mereka benar-benar melakukan siaran langsung di televisi.

Proses belajar mengajar yang dimulai pukul 07.00 dan selesai pada pukul 09.00 WIB ditutup dengan pembagian kertas warna berbentuk daun atau buah kepada siswa-siswi. Mereka kemudian diminta menuliskan nama dan cita-cita masing-masing, kemudian ditempelkan pada pohon cita-cita.

Kegiatan Kimia Farma Mengajar, juga dilengkapi dengan penyerahan bantuan bagi enam orang siswa yatim/piatu berprestasi berupa dana pendidikan senilai satu juta rupiah serta perlengkapan UKS seharga dua juta rupiah.

Para guru, orangtua dan siswa berharap agenda kegiatan seperti ini diselenggarakan guna menambah wawasan bagi guru terlebih siswa sehingga mereka tahu lebih banyak tentang berbagai profesi, dan mulai mempersiapkan diri lebih tekun untuk menggapai apa yang mereka cita-citakan.



Oleh :
Diah Istantri

**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 April – Juni 2019:

1. Faiq Haiddar – Departemen IT
2. Lenny Sabrina – Departemen Akuntansi

Angka yang tepat untuk mengisi gambar
tersebut adalah **18**