

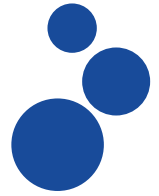
Phapros

EDISI  
2019

- Januari
- Februari
- Maret

Aspiratif & Inspiratif

# Swara



MEDIA KOMUNIKASI PT PHAPROS TBK - INDONESIA

■ Memacu Prestasi

**Dengan  
Awarding**

■ Pascalisting

**PEHA Kian Gesit  
Lakukan Ekspansi**

■ Vaksin : Tonggak Peradaban

**Manusia Modern**

*Dare Yourself to*  
**Break The  
New Horizon**



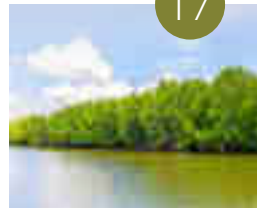
# 4

## LIPUTAN UTAMA

Perjalanan Phapros (PEHA) untuk terus tumbuh berkembang tak terhenti sampai tahun 2018. Memasuki tahun 2019 ini pergerakan PEHA kian lincah seiring dengan pertumbuhan positif di akhir tahun 2018, dan adanya beberapa aksi korporasi yang siap dilakukan.

## 2 LIPUTAN KHUSUS

Rabu, 26 Desember 2018 merupakan hari yang bersejarah bagi Phapros (PEHA). Pada hari itu, impian PEHA untuk segera terdaftar menjadi emiten di Bursa Efek Indonesia (BEI) menjadi kenyataan. Ya, PEHA resmi menjadi perusahaan ke- 57 yang melantai di BEI pada tahun 2018.



## DAFTAR ISI

02. Beranda
03. SWARA Anda
03. Warta
04. Liputan Utama
06. Liputan Khusus
08. Galeri Peristiwa
10. Ulasan Produk
11. 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

### Selamat Datang 2019

Menoleh ke belakang sedikit, tahun 2018 yang lalu kita menorehkan sejarah baru ketika Phapros akhirnya mencatatkan perdagangan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI), tepat satu hari setelah Hari Natal. Tentunya pencapaian tersebut patut kita apresiasi, karena mimpi Phapros untuk mencatatkan perdagangan sahamnya di BEI telah terwujud. Di BEI, saham Phapros memiliki kode PEHA. Dengan pencatatan saham tersebut, diharapkan PEHA akan lebih mudah dalam menghimpun dana sekaligus untuk meningkatkan *corporate image*.

Selain mencatatkan perdagangan saham di BEI, Phapros juga telah memiliki anak usaha di bidang sejenis yaitu PT Lucas Djaja dan Marin yang berlokasi di Bandung. Rencana akuisisi perusahaan farmasi ini sudah dikaji sejak awal tahun 2018, namun dengan berbagai pertimbangan aksi korporasi tersebut baru menorehkan hasil di akhir tahun

2018. PT Lucas Djaja dipilih karena beberapa faktor di antaranya memiliki portofolio produk yang hampir sama dengan PEHA sekaligus memiliki fasilitas produksi kapsul lunak yang belum dimiliki PEHA. Akuisisi tersebut diharapkan juga bisa menimbulkan sinergi antara PEHA dan PT Lucas Djaja.

Memasuki awal tahun 2019, kejutan besar terjadi ketika PT RNI (Persero) dan PT Kimia Farma (Persero) Tbk menandatangani perjanjian jual beli saham Phapros (PEHA). Kepemilikan mayoritas saham PEHA yang awalnya berada di tangan RNI beralih ke Kimia Farma (KAEF), sekaligus menjadikan KAEF sebagai "orangtua" baru PEHA.

Berita terkait akuisisi PEHA oleh KAEF akan dibahas dalam Swara edisi kali ini. Selain itu, terdapat pula informasi pentingnya vaksin, *national meeting* serta *employee gathering*. Selamat membaca, Phaprosers!

# SWARA ANDA

Dear Redaksi Swara,

Terima kasih telah memilih saya sebagai anggota baru dalam tim redaksi Swara. Dengan bergabung di Tim Redaksi Swara, saya bisa terus melatih kemampuan menulis, dan semoga semangat saya untuk menulis menular ke Phaprosers milenial yang lain agar mereka juga bisa berkarya melalui tulisan, juga foto. Sukses selalu Swara!

## Ajeng – Unit Legal

Hai Sdri Ajeng,

Terima kasih atas semangatnya untuk terus menjadi kontributor SWARA. Kami juga berharap agar semangat Sdri Ajeng bisa menular ke Phaprosers milenial lainnya yang tertarik untuk bergabung dengan kami di Tim Redaksi Swara. Terus berkarya, ya!

Dear Redaksi Swara,

Begitu banyak aksi korporasi yang terjadi di 2018. Sebagai Phaproser, saya dan teman-teman lain sangat bangga akan pencapaian Phapros hingga akhir tahun 2018 lalu. Saya juga menantikan kejutan apa lagi yang akan terjadi di 2019 dan semoga tim Swara bisa terus *up-to-date* mengabarkan berbagai aksi korporasi yang akan terjadi di 2019. Sekedar saran, seiring dengan tercatatnya Phapros di BEI, mungkin bisa disosialisasikan juga tata cara pembelian saham PEHA. Terima kasih

## Helmy – Pengembangan SDM

Hai Sdr Helmy,

Tak hanya Anda yang bangga, kami juga bangga atas pencapaian yang ditorehkan Phapros tahun 2018. Sudah menjadi tugas kami mengabarkan berbagai aksi korporasi yang dilakukan oleh PEHA. Untuk sosialisasi tata cara pembelian saham PEHA, akan dibahas dalam edisi kali ini. Selamat membaca!



## Memacu Prestasi Dengan Awarding

Pada kesempatan yang baik di awal tahun 2019 ini, PT Phapros Tbk kembali menggelar acara *Employee Gathering* dan *Awarding Night "The Best Employee"*. Bertempat di Ballroom MAC Semarang, 6 Maret 2019 lalu, acara digelar dengan mengusung tema *"Dare Yourself to Break The New Horizon"*. Gelaran yang melibatkan kurang lebih 900 karyawan ini berlangsung dengan lancar dan sangat meriah.



Acara dibuka dengan kata sambutan yang disampaikan oleh Direktur Utama Phapros, Barokah Sri Utami atau yang akrab dipanggil Emmy, dan Komisaris Utama J Nanang Marjianto.

Dalam pembukaan acara tersebut, Dirut dan Komut Phapros sempat menyinggung sedikit perihal transformasi Phapros. Selain informasi tentang akuisisi, dan pencatatan perdagangan di BEI, keduanya juga menyampaikan bahwa kini Phapros telah memiliki "orangtua" baru.

Kepemilikan saham mayoritas Phapros telah beralih dari RNI ke Kimia Farma. Namun Nanang Marjianto menegaskan, hal tersebut tidak akan berdampak signifikan ke karyawan. Tidak ada pengurangan hak-hak karyawan, dan seluruh proses bisnis juga akan berjalan seperti biasa, sehingga karyawan tidak perlu merasa khawatir.

Acara kemudian dilanjutkan dengan hiburan musik dan penyerahan

penghargaan *"The Best Employee"* kepada karyawan non-marketing yang berprestasi. Selain itu Perusahaan juga memberi apresiasi kepada karyawan yang teraktif dalam proses pembelajaran internal, serta pemberian penghargaan kepada karyawan berupa ibadah Umrah. Acara kemudian ditutup dengan penampilan Nella Kharisma yang membuat acara tersebut semakin spesial.

Kegiatan *awarding* seperti ini diharapkan memacu semangat karyawan untuk terus memberikan kinerja terbaiknya bagi perusahaan. Memacu prestasi diri untuk mendukung pencapaian kinerja terbaik perusahaan merupakan bentuk *employee engagement*. Jadi sudah sudah sewajarnya perusahaan memberikan penghargaan atas pencapaian prestasi karyawannya.



Oleh :  
Dwi Susanti



# PEHA Fokus Tumbuh Double Digit di 2019

**Perjalanan Phapros (PEHA) untuk terus tumbuh berkembang tak berhenti sampai tahun 2018. Memasuki tahun 2019 ini pergerakan PEHA kian lincah seiring dengan pertumbuhan positif di akhir tahun 2018, dan adanya beberapa aksi korporasi yang siap dilakukan.**

**S**eperti tahun-tahun sebelumnya, PEHA kerap melaksanakan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) sebagai bentuk pertanggung jawaban pengurus Perseroan atas kinerja PEHA di tahun 2018 kepada pemegang saham. RUPS Tahun buku 2018 terasa berbeda, karena untuk kali

pertama diselenggarakan di Jakarta. Bertempat di JW Marriott Hotel, Kuningan, Jakarta Selatan, RUPS PEHA dihadiri oleh lebih dari 75 persen pemegang saham.

Dalam rapat tersebut disampaikan PEHA mengalami pertumbuhan, tak hanya dari kinerja keuangan, tapi juga dari

bidang lainnya. Jumlah aset PEHA terus meningkat selama tiga tahun terakhir. Pada 2016 aset PEHA sebesar Rp883,29 miliar, tumbuh menjadi Rp1,17 triliun pada tahun 2017, dan pada 2018 berkembang menjadi Rp1,87 triliun. Pertumbuhan nilai aset pada 2018 tercatat sebesar 58,91 persen atau setara Rp692,72 miliar.

"Pertumbuhan aset PT Phapros di 2018 terjadi karena adanya aksi korporasi berupa akuisisi PT Lucas Djaja dan anak perusahaannya di Bandung," ujar Direktur Utama PT Phapros Tbk Barokah Sri Utami atau yang akrab disapa Emmy.

Di bidang kinerja keuangan, laba PEHA naik 6,41 persen dari Rp125,27 miliar pada 2017 menjadi Rp133,29 miliar pada 2018. Dari sisi penjualan bersih atau net sales juga terjadi peningkatan dalam kurun lima tahun terakhir. Pada 2014 net sales tercatat Rp578,14 miliar, tahun

2015 sebesar Rp691,25 miliar, 2016 sebesar Rp816,13 miliar, 2017 Rp 1,02,13 triliun, dan pada 2018 Rp 1,023 triliun.

**Net Sales PT PEHA**

Tahun	Rupiah
2014	578,14 miliar
2015	691,25 miliar
2016	816,13 miliar
2017	1,021 triliun
2018	1,023 triliun

“Kontributor terbesar penjualan PEHA pada tahun 2018 berasal dari segmen obat generik, kontribusinya mencapai lebih dari 50% dari total penjualan,” kata Emmy.

Laba tahun berjalan atau *current year profit* juga mengalami peningkatan dalam lima tahun terakhir. Pada tahun 2014 tercatat sebesar Rp44,99 miliar, meningkat menjadi Rp63,01 miliar pada tahun 2015. Peningkatan terus terjadi pada tahun 2016 menjadi sebesar Rp87 miliar, menjadi Rp125,27 miliar pada tahun 2017, dan tercatat sebesar Rp133,29 miliar pada tahun 2018. Tak hanya itu pada tahun 2018, PEHA juga berhasil mempertahankan *net profit margin* atau perbandingan laba bersih terhadap penjualan tetap *double digit* yaitu sebesar 13%.



Pada RUPS Tahun Buku 2018 diputuskan, Phapros membagikan dividen yang setara dengan Rp92,6 miliar atas 840 juta lembar saham, atau sebesar Rp 110.26 per lembar saham (sebelum pajak) . Angka itu meningkat sebesar lima persen dibanding tahun sebelumnya.

Kinerja keuangan yang positif ini juga sejalan dengan peningkatan kinerja Tata Kelola dan Kesisteman PEHA. Skor KPKU (Kriteria Penilaian Kinerja Unggul) mencapai 479,75 dan masuk dalam kategori *Good Performance Company*. Skor perolehan GCG juga mengalami

peningkatan dari 79,48 pada tahun 2017 menjadi 86,72 pada 2018. Tidak hanya itu, pada tahun yang sama PEHA meraih skor Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (SMK3) sebesar 88,55 dan masuk predikat gold.

Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, PEHA selalu melakukan kegiatan yang sejalan dengan komitmen *Sustainable Development Goals* (SDGs). Komitmen itu dilakukan melalui berbagai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di antaranya menggalakkan posyandu untuk monitoring gizi buruk atau stunting, pemberdayaan masyarakat

melalui UMKM, dan mengadakan program pemeriksaan kesehatan gratis bagi warga sekitar pabrik. Tak hanya itu, PEHA juga mengembangkan kawasan ekowisata Maroon *Mangrove Edu Park* yang berlokasi di Pantai Maron, Semarang Jawa Tengah.



Oleh :  
Annisa Dewi Yustita

# Pascalisting, PEHA Kian Gesit Lakukan Ekspansi



**Rabu, 26 Desember 2018 merupakan hari yang bersejarah bagi Phapros (PEHA). Pada hari itu, impian PEHA untuk segera terdaftar menjadi emiten di Bursa Efek Indonesia (BEI) menjadi kenyataan. Ya, PEHA resmi menjadi perusahaan ke- 57 yang melantai di BEI pada tahun 2018.**

**A**ksi korporasi tersebut ditandai dengan penyerahan sertifikat pencatatan saham oleh Direktur Penilaian Perusahaan PT BEI Gede Nyoman Yetna kepada Direktur Utama Phapros, Barokah Sri Utami (Emmy).

Terdaftarannya Phapros menjadi emiten di BEI tentunya memberikan kabar baik bagi para pemegang saham, manajemen, dan tentunya karyawan PEHA. Bagaimana tidak, selama ini saham PEHA diperdagangkan secara konvensional, dengan harga yang disepakati antara penjual dan pembeli saham. Namun, pascalisting, harga saham PEHA pada akhirnya memiliki patokan yang jelas.

Barokah Sri Utami atau yang akrab dipanggil Emmy ini mengatakan, kini harga saham Phapros terstandarisasi. Yang menggembirakan, penawaran saham mendapat reaksi positif di BEI. "Harga saham PEHA pada saat pembukaan hari Rabu 26 Desember

2018 berada di level Rp 1.198 per lembar. Kemudian melesat ke level Rp 1.800,- per lembar pada saat penutupan transaksi perdagangan di hari yang sama dan langsung menjadi *top gainers*," kata Emmy.

Hingga Maret 2019, harga saham PEHA terus mengalami pertumbuhan hingga mencapai Rp 2.000 – Rp 2.500,- per lembar. Lalu, apa rencana PEHA setelah resmi melantai di BEI?

#### Menilik aksi PEHA di 2019

Pada 2019 ini PEHA fokus pada pertumbuhan revenue dan laba bersih sebesar *Double Digit*. Untuk mencapai hal itu, PEHA melakukan beberapa langkah di antaranya membangun kemitraan strategis dengan berbagai pihak, baik dari dalam maupun luar negeri, serta memacu angka bisnis ekspor.

Pada Semester II 2019, PEHA berencana untuk melakukan *financial action* dengan melakukan *right issue* hingga

Rp1 triliun. Dengan berbagai kegiatan ekspansi tersebut, Direktur Keuangan PEHA, Heru Marsono berharap PEHA bisa mencatat pertumbuhan pendapatan sebesar 20 persen hingga 30 persen. PEHA juga akan menambah kapasitas produksi melalui anak usaha yang baru diakuisisi akhir tahun lalu, yakni PT Lucas Djaja.

Untuk inovasi dan pengembangan produk di 2019, PEHA mengembangkan sediaan farmasi dalam bentuk *carpoule* untuk anestesi gigi serta produk *anti-aging* bekerja sama dengan Universitas Airlangga. Selain sediaan farmasi, PEHA juga melakukan pengembangan alat kesehatan yang merupakan hasil hilirisasi riset dalam negeri dari pusat riset dan universitas.

Dari sisi pengembangan bisnis



anorganik yang tercantum dalam rencana jangka panjang perusahaan, PEHA berencana akan mengakuisisi fasilitas pelayanan kesehatan. PEHA juga akan meluncurkan produk baru sebanyak 12 produk pada 2019 ini. Di bidang pengembangan teknologi, PEHA fokus pada *internet of things* untuk operasional *marketing* dan produksi, serta melakukan *integrated system* dengan anak perusahaan.



Oleh :  
Annisa Dewi Yustita

# Lepas dari RNI, Phapros (PEHA) Resmi Jadi Keluarga Besar Kimia Farma (KAEF)

**Tahun baru, transformasi baru. Begitulah gambaran kondisi Phapros memasuki tahun 2019. Di awal tahun ini, Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) atau RNI selaku induk perusahaan telah melepas seluruh sahamnya di PEHA yang sebesar 56,7 persen kepada Kimia Farma (KAEF).**

Pelepasan saham RNI ke KAEF ditandai dengan penandatanganan *Sales and Purchase Agreement* (SPA) saham Phapros antara Direktur Utama RNI Didik Prasetyo dengan Direktur Utama KAEF Honesti Basyir di Ritz Carlton Hotel, Jakarta, 27 Maret 2019 lalu. Penandatanganan itu disaksikan oleh Deputi Bidang Usaha Industri Agro dan Farmasi Kementerian BUMN Wahyu Kuncoro. Dengan ditandatanganinya perjanjian tersebut, PEHA resmi bergabung dengan KAEF sebagai anak perusahaan.

Kabar dibelinya PEHA oleh KAEF sudah tentu menimbulkan banyak pertanyaan



dibenak Phaprosers. Banyak kekhawatiran yang muncul setelah PEHA diakuisisi oleh KAEF. "Bagaimana nasib kami nantinya? Apakah akan ada *lay-off*? Itulah beberapa pertanyaan yang muncul.

Proses akuisisi, pasti akan menimbulkan dampak terhadap perusahaan. Tentunya kita semua berharap akuisisi memberi dampak positif terhadap PEHA. Phaprosers tidak perlu khawatir apalagi takut, karena akuisisi tidak berdampak apapun pada karyawan. Phaprosers tetap bisa bekerja seperti biasa. Justru, dengan diakuisisinya PEHA oleh KAEF, kita harus lebih semangat, karena memiliki "orangtua" baru yang bergerak di bidang yang sama dan tentunya akan lebih memahami kondisi PEHA.

Perlu Phaprosers ketahui bahwa proses akuisisi di dunia bisnis sangat lumrah terjadi. Akuisisi tidak berarti PEHA berada dalam kondisi yang buruk sehingga harus "diselamatkan" oleh perusahaan lain. Sebaliknya, di mata KAEF, PEHA justru terlihat "seksi" dan mempunyai daya tarik karena memiliki performa dan portofolio produknya yang bagus. Ketika PEHA resmi bergabung dengan KAEF, tentu saja sinergi untuk memajukan industri farmasi nasional semakin kuat, karena PEHA dan KAEF akan saling melengkapi terutama dari sisi produk.



Deputi Bidang Usaha Industri Agro dan Farmasi Kementerian BUMN RI, Wahyu Kuncoro yang mewakili Menteri BUMN RI dalam arahannya mengatakan, "Akuisisi Phapros oleh Kimia Farma merupakan wujud dari sinergi BUMN untuk meningkatkan portofolio produk dari Kimia Farma dan Phapros serta mendorong terciptanya efisiensi."

Melalui aksi korporasi ini, Kimia Farma resmi memiliki saham mayoritas Phapros yaitu sebanyak 476.901.860 lembar saham, atau sebesar 56,7 persen saham senilai Rp1,36 triliun yang sebelumnya dimiliki RNI.

Akuisisi ini tentu akan memperkuat kinerja keuangan kedua entitas sehingga nilai investasi bertambah lebih besar. Selain bertujuan untuk mempercepat pertumbuhan (*growth*), aksi korporasi ini juga bertujuan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan Kimia Farma dan Phapros, baik kelengkapan portofolio produk, ketersediaan produk, dan akses penyebaran produk yang lebih baik.



## Pesta *Color Fun Run* yang Asyik dan Menyenangkan



**Pada hari ketiga *National Meeting 2019*, tepatnya pada Rabu pagi (9/1), Phaprozers diajak untuk berlari sejauh empat kilometer mengelilingi kompleks Taman Impian Jaya Ancol.**

Seuai dengan nama kegiatan, pagi itu Phaprozers melakukan aktivitas lari sehat melewati rute yang telah ditetapkan. bubuk berwarna-warni yang telah disiapkan di tiap pos. Setelah berlari dan kembali di pos awal, Phaprozers disuguhkan oleh berbagai games dan pertunjukan DJ, yang juga dimeriahkan dengan bubuk berwarna-warni serta busa-busa putih seperti salju.

Phaprozers bergembira dan saling berbaur, tak ada lagi sekat antara atasan dan bawahan, semua bergoyang mengikuti alunan irama musik yang dimainkan DJ. Bahkan para direktur berkenan berpose riang dan santai bersama dengan Phaprozers.

Kegembiraan tak selesai sampai di situ. Peralnya, pada rangkaian agenda acara selanjutnya dilakukan undian berhadiah dengan berbagai *doorprize* menarik, di antaranya *microwave*, *smartphone* Samsung seri terbaru, sepeda gunung, hingga TV LED 32" yang diberikan kepada Phaprozers yang beruntung.

Pesta *Color Fun Run* pada pagi itu sekaligus mengakhiri rangkaian acara *National Meeting 2019*. Kini, saatnya Phaprozers unjuk gigi untuk menggaungkan semangat "*Dare Yourself to Break the New Horizon*". *Keep SPIRIT!* (Jalu Satwiko)

## *National Meeting 2019* PT Phapros Tbk Digelar Lagi

PT Phapros Tbk kembali menggelar *National Meeting 2019*. Perhelatan tahunan yang bertajuk "*Dare Yourself to Break the New Horizon*" ini digelar di Hotel Grand Mercure Ancol, 7-9 Januari 2019.

Seperti biasa, *National Meeting* PT Phapros Tbk diselenggarakan untuk mengevaluasi kinerja tahun sebelumnya sekaligus merumuskan strategi untuk mencapai target di tahun berjalan. Acara *National Meeting 2019* dibuka pada hari Senin (7/1) dan dimulai dengan pemutaran video pembuka berdurasi sekitar tiga menit. Video tersebut menyuguhkan satu pesan penting; kita harus siap dan berani menghadapi tantangan zaman yang terus berubah ini.

Agenda hari pertama *National Meeting* diisi dengan seremoni pembukaan oleh jajaran direksi. Sesi berikutnya berupa pengarahan dari direksi dan ketiga pilar Manajer Marketing.

"Meski trend industri farmasi pada tahun 2018 tidak menunjukkan pertumbuhan yang positif, namun pertumbuhan Phapros justru menunjukkan angka yang positif," kata Barokah Sri utami, selaku Direktur Utama PT Phapros Tbk terkait pertumbuhan pendapatan Phapros di tahun 2018.

"Itu artinya kita harus tetap optimistis mampu menembus tantangan-tantangan sulit di masa depan," imbuhnya. (Jalu Satwiko)







## Perhelatan *Gala Dinner* *National Meeting 2019*

**Setelah seharian berkuat dengan rapat di masing-masing pilar, Phaprosers dari seluruh cabang di Indonesia disuguhkan sebuah acara *Gala Dinner*, di Ballroom Hotel Grand Mercure Ancol pada Selasa malam (8/1).**

**G**ala Dinner yang bertema futuristik tersebut merupakan rangkaian malam penutupan gelaran *National Meeting 2019*. Selain dimeriahkan dengan berbagai acara hiburan, pada kesempatan itu juga

dilakukan penganugerahan penghargaan kepada karyawan terbaik dari Direktorat Keuangan, Direktorat *Marketing*, serta dari Departemen SDM khusus bagi Phaprosers yang aktif menggunakan aplikasi SINAU.

Di dalam *ballroom* yang didekorasi dengan ornamen-ornamen futuristik, seluruh Phaprosers hadir dengan busana dan dandanan yang menggambarkan nuansa masa depan; nyentrik, gemerlap, dan tentunya ‘futuristik’. Acara yang dipandu oleh Kemal & TJ tersebut berjalan dengan semarak dan meriah.

Phaprosers dihibur oleh penampilan pelawak tunggal kocak Babe Cabita, dilanjutkan dengan penampilan apik Anji. Puncak hiburan pada *Gala Dinner* adalah penampilan grup band Kotak, yang pada malam itu membawakan lagu-lagu hits-nya serta sebuah *single*



terbaru yang baru saja dirilis.

Acara *Gala Dinner National Meeting 2019* ditutup dengan pemberian penghargaan tiga Phaprosers dengan busana terbaik, yakni busana paling ‘futuristik’ dan paling kreatif. (*Jalu Satwiko*)

# Bernafas Bebas dengan Marimer

## Larutan Alami dari Perairan Perancis

Mungkin banyak dari kita yang setuju jika dikatakan bahwa hidung tersumbat - entah karena pilek, flu, atau alergi - merupakan salah satu momen paling menyebalkan dalam hidup.

**B**agaimana tidak? Hidung tersumbat membuat kita sulit bernapas. Bahkan nafsu makan pun seringkali ikut turun karena indra penciuman yang terganggu.

Namun tidak seperti yang dipikirkan oleh banyak orang, hidung tersumbat ternyata bukan disebabkan karena adanya penggumpalan lendir di dalam hidung. Sejatinya, hidung tersumbat terjadi karena membran mukosa dalam hidung bengkak akibat pembuluh sinus yang meradang.

### Penyebab Hidung Tersumbat

Hidung tersumbat biasanya disebabkan karena pilek, flu, atau infeksi sinus (*sinusitis*). Yang demikian, biasanya gejala akan membaik dengan sendirinya dalam waktu seminggu atau kurang.

Namun, apabila hidung tersumbat tidak kunjung membaik dalam waktu lebih dari seminggu, maka Phaprozers mulai harus waspada. Ada beberapa kemungkinan yang terjadi antara lain:

- Alergi / alergi rhinitis
- Polip hidung atau tumor jinak yang tumbuh dalam hidung
- Terkena paparan kimia
- Terpapar polusi
- *Sinusitis* kronis
- Kelainan pada septum hidung

### Cara meringankan hidung tersumbat

Hidung tersumbat dapat diatasi dengan beberapa trik sederhana yang dapat dilakukan sendiri di rumah, antara lain:



- Tidur dengan posisi kepala di atas bantal yang ditumpuk. Cara ini membantu lendir untuk dapat turun dari saluran hidung.
- Minum banyak air. Air hangat dapat membantu mengencerkan lendir di saluran hidung. Untuk variasi, Phaprozers dapat mencampur air hangat dengan jahe, madu, ataupun Antimo Herbal®.
- Minum obat yang memiliki fungsi dekongestan, di antaranya Noza®, sesuai aturan pakai.
- Gunakan semprotan *saline*, misalnya Marimer® yang terbuat dari larutan air laut fisiologis dari perairan Prancis.

### Marimer®, larutan *saline* alami solusi untuk kesehatan saluran hidung Anda

Marimer memiliki tiga varian dengan fungsi yang berbeda, yakni *Marimer Isotonic*, *Marimer Hypertonic*, dan *Marimer Nasal Daily Hygiene*.

*Marimer Isotonic* direkomendasikan bagi anak-anak dan orang dewasa untuk membersihkan saluran hidung, terutama pada kasus hidung kering dan

tersumbat. Gunakan *Marimer Isotonic* satu semprotan per lubang hidung, satu hingga empat kali sehari atau sesuai kebutuhan. *Marimer Isotonic* dapat digunakan setiap hari.

*Marimer Isotonic* direkomendasikan bagi anak-anak dan orang dewasa untuk membersihkan dan dekongesti saluran hidung, terutama pada kasus pilek, sinusitis, dan perawatan pasca-operasi. Gunakan *Marimer Isotonic* satu hingga dua semprotan per lubang hidung, satu hingga tiga kali sehari, tergantung kebutuhan.

*Marimer Nasal Daily Hygiene* sesuai untuk anak-anak usia balita dengan tujuan membersihkan saluran hidung, melegakan hidung yang tersumbat, atau sebagai terapi pelengkap pada pengobatan gangguan telinga, hidung, dan tenggorokan. Untuk kebersihan sehari-hari, gunakan *Marimer Nasal Daily Hygiene* satu sampai empat kali per hari tiap lubang hidung. Sedangkan untuk meringankan hidung yang tersumbat, gunakan empat sampai enam kali per hari tiap lubang hidung.

### Cara Menggunakan Marimer®

Cara menggunakan *Marimer Isotonic* dan *Hypertonic* adalah sebagai berikut:

- Miringkan kepala ke samping
- Masukkan perlahan *nozzle* ke lubang hidung dan semprotkan isinya
- Ulangi untuk lubang hidung yang lain
- Tegakkan kepala agar cairan turun, bersihkan sisanya atau hembuskan dari hidung
- Bersihkan *nozzle* dengan air sabun hangat setelah digunakan, lalu keringkan.

Untuk *Marimer Daily Nasal Hygiene* cara penggunaannya adalah sebagai berikut:

- Buang lendir pada hidung anak terlebih dahulu
- Sebaiknya posisikan anak dalam posisi berbaring atau duduk dengan memiringkan kepala ke samping
- Masukkan ujung *single-dose vial* ke dalam lubang hidung dan pencet isinya secara perlahan
- Ulangi untuk lubang hidung yang lain
- Tegakkan kepala agar cairan turun dan bersihkan sisanya
- Tunggu beberapa saat sebelum menghembuskan lendir dalam hidung agar efeknya dapat bekerja lebih lama.



Oleh :  
Jalu Satwiko

# Ganti Rugi

## Bagi Penumpang yang Mengalami Delay

**Akhir-akhir ini makin sering dijumpai maskapai penerbangan tanah air yang memberlakukan sistem delay. Apa sih, arti delay itu? Delay adalah istilah yang digunakan apabila pesawat mengalami keterlambatan melebihi jam berangkat atau jam tiba melebihi waktu yang telah ditetapkan.**

Jika penerbangan terlambat (*flight delayed*), Maskapai wajib memberi ganti rugi kepada penumpang. Hal ini sesuai dengan Pasal 9 Permenhub No. 89 Tahun 2015. Namun, Maskapai dibebaskan dari tanggung jawab ganti rugi terkait keterlambatan penerbangan karena faktor teknis operasional, misalnya: cuaca buruk. Perihal ini juga tercantum dalam Pasal 6 ayat (2) Permenhub No. 89 Tahun 2015.

Kategori keterlambatan berdasarkan Pasal 3 Permenhub No. 89 Tahun 2015 :

1. 30 menit – 60 menit, penumpang mendapatkan kompensasi berupa minuman ringan.
2. 61 menit – 120 menit, penumpang mendapatkan kompensasi berupa minuman dan makanan ringan (snack box).

3. 121 menit – 180 menit, penumpang mendapatkan kompensasi berupa minuman dan makanan berat (*heavy meal*).
4. 181 menit – 240 menit, penumpang mendapatkan kompensasi berupa minuman, *snack box* dan *heavy meal*.
5. Lebih dari 240 menit, penumpang mendapatkan kompensasi berupa uang sebesar Rp 300.000,- (tiga ratus ribu rupiah).

Apabila terdapat pembatalan penerbangan, maskapai wajib mengalihkan ke penerbangan berikutnya atau mengembalikan seluruh biaya tiket (*refund ticket*). Jadi, dengan mengetahui peraturan Kementerian Perhubungan ini, Phaprozers yang memiliki mobilitas tinggi dengan menggunakan angkutan udara setidaknya tahu hak – hak yang bisa diperoleh. Berbicara tentang penerbangan pesawat yang mengalami keterlambatan tentu menjadi hal yang membosankan, ya, Phaprozers? Untuk mengatasi rasa bosan, Phaprozers dapat melakukan hal-hal ringan berikut:

### 1. Membawa buku bacaan

Membaca buku mungkin terkesan jadul, namun pasti Phaprozers nggak mau kehabisan baterai gadget hanya untuk menghibur diri di bandara selama berjam-jam kan? Dengan membaca buku, selain bisa menambah wawasan juga bisa “menyelamatkan” baterai *gadget*.

### 2. Menyegarkan diri dengan berkeliling ke sekitar

Hanya sekedar duduk manis di kursi tunggu sambil menunggu jadwal pesawat yang mengalami keterlambatan (*delay*) pasti sangat membosankan. Phaprozers bisa menyegarkan diri dengan berkeliling, “cuci mata” melihat pertokoan yang ada di bandara. Selain menghilangkan bosan, hal tersebut juga bisa menyehatkan, karena Phaprozers sudah berjalan kaki.

### 4. Mencari teman baru

Salah satu hal yang dapat membunuh kebosanan saat delay adalah dengan ngobrol. Dapat dimulai dengan berkenalan kepada penumpang lainnya. Awali percakapanmu dengan hal – hal yang ringan untuk dibahas.

### 5. Memanfaatkan fasilitas bandara

Pihak otoritas bandara telah menyediakan berbagai fasilitas gratis yang bisa dinikmati oleh konsumen, di antaranya komputer, jaringan *wi-fi*, kursi pijat, dan sebagainya. Cobalah untuk memanfaatkan fasilitas tersebut untuk menghilangkan kebosanan. Kursi pijat, misalnya, bisa dicoba untuk membuat tubuh Phaprozers semakin rileks.



Oleh :  
Ajeng Vania



# Yuk, Nabung Saham

**Berinvestasi bisa dilakukan dengan banyak cara. Mulai dari membeli properti, logam mulia, hingga menabung saham. Seiring dengan terdافتarnya Phapros (PEHA) di Bursa Efek Indonesia (BEI), banyak orang bertanya bagaimana bisa membeli saham PEHA? Nah, mungkin pertanyaan yang sama juga ada di benak Phaprosers.**

Pada tulisan ini, akan dikupas tuntas bagaimana Phaprosers bisa membeli saham PEHA.

## I. Membuka Rekening Saham

Rekening saham/efek merupakan pintu masuk ke pasar modal untuk melakukan jual-beli saham.

Rekening saham disediakan oleh perusahaan sekuritas yang telah mendapatkan izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) atas kegiatannya. Untuk bisa membeli saham PEHA, Phaprosers harus membuka rekening saham terlebih dahulu di perusahaan sekuritas. Setelah disetujui pengajuan rekening sahamnya, perusahaan sekuritas akan memberikan akses aplikasi trading kepada Phaprosers. Aplikasi trading inilah yang digunakan untuk melakukan transaksi saham. Apa saja langkah-langkah dalam pembukaan rekening saham?:

### a) Bertemu perusahaan sekuritas

Setelah Phaprosers menentukan pilihan perusahaan sekuritas/broker, di mana saat ini sudah ada lebih dari 100 perusahaan sekuritas yang terdaftar di OJK dan BEI, Phaprosers bisa melanjutkan dengan membuka rekening saham secara online ataupun offline.

Untuk online, Phaprosers bisa mengunduh formulir yang disediakan oleh perusahaan sekuritas di *website*-nya, kemudian mengisi dan mengirimkannya. Bila

pembukaan rekening dilakukan secara *offline*, formulir tersedia secara fisik di kantor-kantor cabang perusahaan sekuritas dan diisi secara manual.

### b) Mengisi formulir dan melampirkan persyaratan

Setelah bertemu dengan pihak sekuritas, Phaprosers bisa mengisi formulir pembukaan rekening, termasuk rekening saham dan rekening dana investor (RDI).

Pengisian formulir mirip seperti saat membuka rekening di bank. Isilah dengan benar setiap kolom pada formulir pembukaan *account*. Jangan lupa juga untuk melampirkan semua dokumen persyaratan pembukaan rekening .

Beberapa dokumen yang perlu disiapkan untuk dapat membuka rekening saham, antara lain:

1. ID Card (KTP/KITAS/Paspor). ID Card adalah syarat wajib bagi Phaprosers yang ingin membuka rekening saham. Untuk WNI, syarat wajib yang diperlukan adalah KTP, tidak bisa digantikan dengan SIM atau Passport. Bagi WNA, syarat KITAS/Passport menjadi sebuah kewajiban yang harus dipenuhi.
2. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) juga menjadi syarat wajib

saat membuka rekening efek. Jika Phaprosers belum punya NPWP, Phaprosers harus membuat surat pernyataan tidak memiliki NPWP, yang ditandatangani di atas materai. Blanko surat pernyataan biasanya disediakan oleh pihak sekuritas.

3. *Cover Buku Tabungan*. *Cover* buku tabungan ini memudahkan pihak sekuritas memeriksa rekening bank nasabah. Bila nantinya nasabah ingin menarik uangnya dari rekening saham, rekening inilah yang menjadi rekening penampungan tiap kali melakukan penarikan dana. Phaprosers pun dapat mengintegrasikan rekening bank pribadi menjadi RDI dengan berkonsultasi pada *broker*.
4. Materai Rp6.000. Siapkan materai antara 2-8 materai lembar, bergantung pada kebutuhan.

### c) Memilih dan membuka RDI

Formulir pembukaan rekening saham umumnya terdiri menjadi dua bagian, yaitu pembukaan rekening saham dan pembukaan rekening dana investor (RDI).



# “PEHA”



**Phaprosers diberikan hak untuk memasukkan nilai bid sesuai dengan keinginan. Untuk mempercepat perolehan saham PEHA, maka Phaprosers dapat memasukkan nilai Bid sesuai dengan nilai Offer yang ada dari penjual. Termasuk volume bid agar disesuaikan dengan vol offer yang tersedia.**

- Pembukaan Rekening Saham ini untuk membuka rekening di perusahaan sekuritas, sekaligus data yang disampaikan kepada Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). Ini adalah rekening penyimpanan saham yang Phaprosers miliki.
- Rekening Dana Investor (RDI) adalah rekening dari dana Phaprosers, yang ditempatkan pada bank, terpisah dari rekening perusahaan efek. Manfaat RDI ini adalah agar Phaprosers mempunyai

rekening bank sendiri untuk seluruh penyelesaian transaksi saham. RDI ini memang bertujuan untuk menyimpan dana nasabah yang tidak dibelikan saham.

Phaprosers dapat memilih bank untuk penampungan dana (bank untuk RDI). Sangat disarankan memilih RDI dari bank yang sama dengan rekening pribadi Phaprosers, agar bisa menghemat biaya administrasi saat melakukan kliring dan RTGS bila ingin menyetor ke RDI, maupun menarik uang dari RDI.

#### d) Menunggu pembukaan rekening selesai

Langkah berikutnya adalah menunggu proses pembukaan rekening. Lamanya pembukaan rekening bervariasi bergantung pada RDI yang dipilih, namun pada umumnya memakan waktu kurang lebih seminggu. Setelah proses pembukaan rekeningnya selesai, Phaprosers akan dikonfirmasi dengan nomor RDI yang Phaprosers buka.

#### e) Menyetor deposit awal

Berapa biasanya setoran awal pembukaan rekening saham? Jawabannya bervariasi, bergantung pada sekuritas yang digunakan. Rata-rata sekuritas mematok deposit awal sebesar Rp1 juta hingga Rp10 juta. Beberapa sekuritas asing malah memberi syarat setoran minimal hingga Rp50 juta. Namun ada juga beberapa sekuritas yang memperbolehkan setoran minimal sebesar Rp250 ribu, atau bahkan Rp100 ribu saja.

Setelah Rekening Dana Investor (RDI) jadi, Phaprosers dapat menyetorkan jumlah modal untuk diinvestasikan di saham. Deposit awal ini sekaligus untuk mengaktifkan rekening yang dibuka. Phaprosers bisa menyetor secara tunai atau transfer dari rekening pribadi ke RDI. Setelah menyetorkan deposit awal, Phaprosers tinggal menunggu ID, Password, dan PIN untuk login ke akun saham online Phaprosers.

#### f) Download aplikasi trading dan mulai bertransaksi saham

Setelah menerima ID, Password dan PIN melalui email dari perusahaan sekuritas, Phaprosers dapat memulai berinvestasi saham. Phaprosers bisa mengunduh Aplikasi Trading yang disediakan oleh broker setelah mendapatkan ID, Password dan PIN.

Aplikasi trading ini dapat diunduh dari website sekuritas atau meminta secara langsung pada sekuritas.

## II. Bertransaksi dan memilih Saham PT Phapros Tbk dengan Kode “PEHA”

Setelah memiliki rekening saham dan menyetor modal, berarti Phaprosers sudah dapat bertransaksi saham. Melalui aplikasi yang Phaprosers miliki, Phaprosers bisa melakukan pencarian atas saham PT Phapros Tbk melalui kode pencarian nama perusahaan secara lengkap, atau dengan memasukkan kode sahamnya yaitu PEHA. Setelah itu akan muncul nilai dan volume dari Bid dan Offer/ Ask saham PEHA di aplikasi.

Harga Bid adalah harga antrian permintaan yang dipesan oleh calon pembeli, dan Bid Vol berarti jumlah lot yang dipesan oleh pembeli dalam harga Bid. Harga Offer adalah harga antrian penawaran yang dipesan oleh yang ingin menjual, dan Offer Vol berarti jumlah lot yang dipesan oleh penjual dalam harga offer.

Phaprosers diberikan hak untuk memasukkan nilai Bid sesuai dengan keinginan. Untuk mempercepat perolehan saham PEHA, maka Phaprosers dapat memasukkan nilai Bid sesuai dengan nilai Offer yang ada dari penjual. Termasuk volume bid agar disesuaikan dengan vol offer yang tersedia.

Setelah memilih saham, langkah selanjutnya adalah mengonfirmasi pembelian saham tersebut. Yang perlu diketahui, saham-saham di pasar reguler hanya bisa diperdagangkan dalam satuan perdagangan lot, satu lot setara dengan 100 lembar saham.

Bursa Efek Indonesia sebagai pasar tempat diperdagangkannya lembar saham memiliki jadwal untuk melakukan transaksi saham. Seperti jam kerja pada umumnya, bursa saham hanya buka pada hari Senin-Jumat, tidak termasuk hari libur dan hari raya. Jam perdagangan saham di bursa juga terbatas, pukul 09:00 WIB hingga pukul 16:00 WIB.

## III. Mari Mulai Berinvestasi Saham “PEHA”

Setelah mengetahui seluk beluk cara membuka rekening saham hingga cara membeli saham beserta mekanismenya, kini Phaprosers bisa mulai memilih Sekuritas dan terjun untuk berinvestasi saham PT Phapros Tbk (PEHA). Yuk mulai nabung saham PEHA.



Oleh :  
Zahmilia Akbar

# Vaksin : Tonggak Peradaban Manusia Modern



Dilansir dari laman [usnews.com](http://usnews.com), Jumat (29/3), seorang anak berusia enam tahun di Oregon, Amerika Serikat, harus menjalani serangkaian perawatan medis yang menghabiskan dana sekitar USD 800.000 atau sekitar Rp11 milyar karena terkena penyakit tetanus. Usut punya usut, ternyata anak tersebut tidak pernah mendapatkan vaksin dari orangtuanya, yang memiliki pandangan anti-vaksin.

**K**asus-kasus yang timbul akibat tidak divaksin, seperti pada berita di atas, merupakan sebuah potret tragedi kemanusiaan karena sejatinya penyakit fatal tersebut dapat dicegah oleh vaksin.

Sebagaimana kita tahu, penemuan vaksin dianggap sebagai tonggak peradaban manusia modern karena kesuksesannya mengeliminasi banyak penyakit menular yang fatal. Sepanjang abad ke-20, cacar telah membunuh sekitar 300 sampai 500 juta orang.

Organisasi kesehatan dunia (WHO) bahkan baru menyatakan cacar sebagai penyakit yang telah berhasil dituntaskan oleh imunisasi sejak tahun 1980 pada kampanye imunisasi global oleh WHO.

Selain itu, sejak tahun 1988, kasus polio telah menurun lebih dari 99 persen di seluruh dunia. Hanya Afghanistan, Nigeria dan Pakistan yang terus berjuang melawan penyakit menular yang dapat menyebabkan *atrofi* dan kelainan otot tersebut.

## Sekilas tentang vaksin

Menurut WHO, vaksin merupakan suatu produk biologi yang dapat meningkatkan kekebalan tubuh seseorang terhadap suatu penyakit tertentu. Ketika mayoritas masyarakat di suatu daerah telah diimunisasi dengan vaksin, maka penyakit infeksi akan sulit mewabah.

Hal ini disebut juga sebagai *herd immunity* alias kekebalan kelompok, yakni situasi di mana sebagian besar populasi di suatu daerah telah diimunisasi terhadap penyakit tertentu, yang berdampak pada terlindunginya sebagian kecil populasi di daerah tersebut yang belum terimmunisasi. Sebaliknya, jika mayoritas masyarakat di suatu daerah belum terimmunisasi, maka kekebalan kelompoknya pun rendah. Artinya, penyakit infeksi akan mudah mewabah dan dapat berakibat fatal.

## Lalu, vaksin apa saja yang harus diberikan?

Banyak sekali ragam jenis vaksin yang tersedia untuk mencegah berbagai jenis penyakit infeksi, di antaranya untuk mencegah penyakit campak, tetanus, hepatitis B, difteri, hingga *human papillomavirus* (HPV).

Dari berbagai jenis vaksin tersebut di atas, ada beberapa vaksin yang ditetapkan oleh pemerintah untuk program imunisasi rutin lengkap yang ditujukan bagi anak-anak. Dilansir dari laman Kementerian Kesehatan, imunisasi rutin lengkap terdiri dari imunisasi dasar dan lanjutan.

Untuk imunisasi dasar lengkap, urutannya adalah sebagai berikut:

Bayi berusia kurang dari 24 jam

diberikan imunisasi Hepatitis B (HB-0),

- Usia 1 bulan diberikan (BCG dan Polio 1),
- Usia 2 bulan diberikan (DPT-HB-Hib 1 dan Polio 2),
- Usia 3 bulan diberikan (DPT-HB-Hib 2 dan Polio 3),
- Usia 4 bulan diberikan (DPT-HB-Hib 3, Polio 4 dan IPV atau Polio suntik),
- Usia 9 bulan diberikan (Campak atau MR).

Adapun, untuk imunisasi lanjutan, urutannya sebagai berikut:

- Bayi usia 18 bulan diberikan imunisasi (DPT-HB-Hib dan Campak/MR),
- Kelas 1 SD/madrasah/ sederajat diberikan (DT dan Campak/MR),
- Kelas 2 dan 5 SD/madrasah/ sederajat diberikan (Td).

Selain imunisasi rutin lengkap tersebut, imunisasi untuk mencegah penyakit HPV juga perlu diberikan kepada anak-anak mulai usia 10 hingga 18 tahun (usia optimal pemberian vaksin HPV).

### Melawan argumen komunitas anti-vaksin

Di tengah intensnya program pemerintah untuk meningkatkan cakupan imunisasi di wilayah Indonesia, muncul sebagian orang yang memproklamkan dirinya sebagai anti-vaksin. Argumen mereka beragam, mulai dari alasan religius seperti vaksin mengandung unsur-unsur yang diharamkan, hingga alasan *pseudosains*, bahwa vaksin dapat menyebabkan autisme pada anak.

Mengenai vaksin mengandung unsur haram, komisi fatwa MUI telah dengan tegas membantah hal tersebut. Mereka justru menetapkan bahwa imunisasi adalah wajib hukumnya karena terkait dengan bahaya yang mengancam apabila tidak diimunisasi.

Sementara itu, alasan bahwa vaksin dapat menyebabkan autisme pada anak kemungkinan bersumber dari penelitian yang dilakukan oleh Dr Andrew Wakefield yang diterbitkan di jurnal medis Inggris, *The Lancet*. Setelah dilakukan investigasi, ditemukan bahwa data-data dalam penelitian tersebut ternyata palsu. Adapun Dr Andrew Wakefield dalang penelitian palsu tersebut, akhirnya mengaku telah dibayar untuk bersekongkol dengan seorang pengacara yang memiliki motif tertentu.

Memang beberapa vaksin dapat menimbulkan reaksi efek samping yang disebut juga sebagai Kejadian Ikutan Pasca Imunisasi (KIPI). Namun, melalui analisis risiko dan manfaat yang telah dilakukan oleh berbagai pakar di bidangnya, ditambah dengan adanya langkah mitigasi risiko yang memadai, dihasilkan sebuah konsensus bahwa manfaat vaksin jauh lebih besar dari risiko KIPI yang mungkin ditimbulkannya.

Untuk itu, jangan lupa untuk imunisasi, ya Phaproser! Jika butuh informasi lebih lanjut mengenai imunisasi beserta jadwal optimal pemberiannya, silakan konsultasikan dengan dokter terdekat kesayangan Anda.



Oleh :  
Jalu Satwiko

# Pentingnya *Personal Approach* kepada Pelanggan



**Dalam kegiatan pemasaran, selain harus mencapai target kita juga perlu memperhatikan pentingnya kedekatan personal dengan pelanggan (*personal approach*). *Personal approach* dalam aktifitas pemasaran sangat penting, karena terjadinya kesepakatan jual beli pasti melalui suatu proses komunikasi yang berimbang antara penjual dan pembeli.**

**P**emenuhan kebutuhan pelanggan terhadap suatu produk yang berkualitas sangatlah penting tetapi bukan hanya sebatas itu. Tentunya ada hal yang lebih penting dari sekedar pemenuhan

kebutuhan pelanggan yaitu keterikatan secara emosional antara si penjual dan pembeli. Jika tidak, proses jual beli tidak akan langgeng apalagi selalu ada kompetitor yang menggilingi kita.

Membangun *personal approach* terhadap customer adalah proses membangun "*relationship marketing* (pemasaran rasional)". Dr. Rhenald Kasali, seorang ahli marketing ternama tanah air menjelaskan, *relationship marketing* adalah proses membina hubungan jangka panjang yang mesra dan dinamis dengan customer, yang tidak mengenal jarak dan waktu. Manusia menyadari bahwa *relationship* adalah adalah "*belonging*" atau "*sense of belonging*", rasa saling memiliki dalam kebersamaan, kehangatan, kasih sayang, penjagaan, kedamaian, dan tentu saja kemesraan dan kesetiaan. Jadi *relationship marketing* di era milenial, lebih dari sekedar canggihnya teknologi digital melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan sejenisnya, melainkan lebih bagaimana bisa merangkul hati customer (*emotional approach*) sehingga customer bisa bertekuk lutut, dan tentu saja akan menjadi customer loyal (*loyalty customer*).

*Personal approach* yang baik tentunya akan berujung pada *relationship marketing* yang baik pula. Kondisi itu tidaklah bersifat instan (sementara), melainkan bersifat jangka panjang yang akan dibuktikan dengan perjalanan waktu dengan strategi konsep tertentu. Banyak pakar marketing yang membahas tentang konsep *relationship marketing* ini, di antaranya adalah Kotler (2003). Kotler menguraikan *relationship marketing* sebagai berikut:

### 1. Horizon orientasi jangka panjang

Ini merupakan ciri *relationship marketing* yang utama, karena hubungan baik dengan dengan pelanggan tidak hanya dalam waktu singkat, justru hubungan emosional harus terus ditingkatkan sehingga akan terjalin hubungan emosional yang kuat dengan *customer* dalam jangka waktu yang panjang.

### 2. Komitmen dan pemenuhan janji

Hubungan dengan *customer* akan selalu harmonis dan berlangsung lama jika komitmen dan janji selalu ditepati. Seorang *marketer* (salesman/detailer) adalah penjual kepercayaan, sekali saja berbohong, sulit untuk membangun kembali kepercayaan *customer*. Karena itu, jangan pernah mengecewakan *customer* karena tidak komit atau tidak menepati janji terhadap *customer* yang sudah menjadi kesepakatan bersama.

### 3. Pangsa konsumen bukan pangsa pasar

Hal ini menjadi penting, terutama pada era digital seperti yang terjadi saat ini. Pangsa pasar sudah bukan menjadi hal utama lagi, *customer* sudah semakin cerdas dan ingin serba cepat, tinggal sekali "klik" mereka sudah mendapatkan informasi lengkap terhadap barang yang mereka inginkan. Oleh karena itu, untuk membina *relationship marketing* di era milenial seperti ini diperlukan strategi yang berorientasi pada pangsa pelanggan, misalnya pendekatan melalui komunitas profesi, atau sejenisnya.

### 4. Nilai sepanjang hidup pelanggan

Perusahaan juga perlu mengidentifikasi *customer* yang berpeluang untuk menjalin hubungan jangka panjang, kemudian menghitung nilai hidup pelanggan (*Customer Lifetime Value* – CLV) agar menguntungkan perusahaan. Akan menjadi tidak bermakna jika hubungan baik berlangsung lama tetapi tidak bernilai apa-apa.

### 5. Dialog dua arah

Komunikasi merupakan faktor yang sangat penting dalam menjalin *relationship marketing* yang baik. Di era digital seperti ini bukanlah suatu hal yang sulit untuk membangun komunikasi dengan *customer*. Tetapi jangan lupa, membangun *relationship marketing* tidaklah cukup lewat media sosial, melainkan harus tetap ada tatap muka (silaturahmi).

### 6. Kustomisasi

*Relationship marketing* memberikan pemahaman yang lebih baik akan tuntutan dan keinginan konsumen, sehingga memungkinkan penyediaan produk yang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan pelanggan.

Pada akhirnya dapat ditarik benang merah bahwa *relationship marketing*, merupakan salah satu cara untuk mengikat hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli yang bersifat jangka panjang dan saling menguntungkan. Jembatan emas untuk terciptanya *relationship marketing* dalam dunia pemasaran tersebut adalah *personal approach*.



Oleh :  
Hapzon Effendi



# Mengenal

**Jika kita mendengar istilah *corporate university*, tak salah kalau dalam benak terbayang berjajar gedung kampus dengan sekerumunan mahasiswa yang sedang menuntut ilmu. Namun, *corporate university* tidak dapat diartikan secara harfiah.**

**C***orporate university* merupakan sebuah konsep pembelajaran yang lahir karena adanya kebutuhan peningkatan kapabilitas bagi karyawan maupun perusahaan, untuk mendukung pencapaian sasaran bisnis perusahaan di masa mendatang.

### Sejarah *corporate university*

Istilah *corporate university* mulai populer pada tahun 80-an. Salah satu korporasi yang memiliki peran besar mempopulerkan istilah *corporate university* adalah McDonald. Program pelatihan dan pembelajaran yang diikuti oleh sejumlah calon karyawan, calon manajer resto dan calon pelaku waralaba McDonald, di kampus Hamburger University telah mendorong sejumlah orang yang mengikuti program tersebut menyebut dirinya sebagai mahasiswa. Sebagai catatan, Hamburger University dibangun sejak tahun 1962 dan berada di Oak Brook, Illinois Amerika Serikat. Konsep pembelajaran yang diterapkan McDonald tersebut kemudian mulai ditiru oleh sejumlah perusahaan besar di dunia, antara lain GE, Walt Disney, Motorola, Boeing, Intel, Exxon Mobil, Fiat, Hitachi, UBS, Jhonson & Jhonson, Tyco, Caterpillar, Shell dll.

Di Indonesia, istilah *corporate university* mulai ramai diperbincangkan sejak tahun 2000-an, yang dipelopori oleh salah satu perusahaan BUMN, yakni PT Telkom Indonesia, yang terkenal dengan nama *Telkom Corporate university* (TCU). Saat ini semakin banyak perusahaan BUMN bahkan swasta yang mengikuti jejaknya, misalnya *Pertamina Corporate*



# Corporate University



University (PCU), PLN Corporate University, dan Centre of Dynamic Learning Semen Indonesia (CDL SI), dll.

## Apa fungsi corporate university bagi perusahaan?

Bagi perusahaan, fungsi *corporate university* sebenarnya bentuk modernisasi dari fungsi pendidikan dan pelatihan, yang pada hakikatnya fungsi tersebut telah ada di perusahaan. Perbedaannya terletak pada semangat untuk menciptakan iklim pembelajar baik dari sisi individu (karyawan) maupun perusahaan. Penerapan *corporate university* akan mendorong dan mempercepat berkembangnya budaya belajar dalam sebuah perusahaan.

Materi pembelajaran dalam *corporate university* pun biasanya dirancang sesuai dengan kebutuhan perkembangan bisnis perusahaan. Sumber pembelajaran bisa berasal dari orang-orang *expert* yang ada di dalam perusahaan atau hasil kolaborasi dengan perusahaan lain yang memiliki expertise bidang tertentu. Jenis pembelajarannya pun juga dapat dilakukan secara individual maupun berkelompok.

Banyak perusahaan, yang telah menerapkan *corporate university*, melengkapinya dengan penyediaan sarana dan prasarana yang memadai dan mengandung muatan teknologi,

## Istilah *corporate university* mulai populer pada tahun 80-an. Salah satu korporasi yang memiliki peran besar mempopulerkan istilah *corporate university* adalah McDonald.

misalnya adanya sarana *e-learning* yang akan memudahkan karyawan dalam proses belajar.

## Apa urgensi dari *corporate university*?

Dinamika perubahan tuntutan di eksternal perusahaan, berjalan begitu cepat. Perusahaan harus mampu beradaptasi atau akan tergilas mati. Beberapa hal yang melatarbelakangi mengapa perusahaan harus menyelenggarakan *corporate university*, adalah

- Adanya perkembangan teknologi menyebabkan materi belajar harus mudah diakses kapan saja dan di mana saja.
- Proses belajar harus lebih cepat sebagaimana ekspektasi perusahaan dan karyawan
- Pengembangan SDM harus sejalan dengan *strategic planning* perusahaan

- Proses bisnis pengembangan SDM harus aplikatif, relevan/adaptif, mudah diakses, dan berdampak positif bagi perusahaan
- *Knowledge* di organisasi banyak dan beragam, namun tersebar dan melekat pada orang
- Kerangka pembelajaran harus mampu mencetak agen perubahan

Namun, dari beberapa hal tersebut di atas, yang utama dan yang lebih mendasar dalam penerapan *corporate university* adalah terciptanya budaya belajar dan budaya berbagi pengetahuan dan kemampuan, yang ada di lingkungan perusahaan. Bahwa setiap karyawan memiliki pengetahuan dan kemampuan yang dapat menjadi sumber pembelajaran bagi karyawan lain/pelanggan/masyarakat. Prinsip-prinsip belajar juga dapat dilakukan dalam berbagai metode, antara lain *e-learning*, diskusi, *sharing*, *coaching*, *mentoring*, *assignment project*, dll. Hal tersebut juga harus dapat dilakukan secara individu maupun berkelompok.

Pada akhirnya, seluruh kegiatan pembelajaran yang dilakukan oleh karyawan maupun perusahaan akan mendukung pencapaian kinerja perusahaan secara berkelanjutan.



Oleh :  
Dwi Susanti

# Peran PKBL dan CSR Dalam Mendukung SDGs

**TSDG's (Sustainability Development Goals) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan adalah kesepakatan pembangunan baru yang mendorong perubahan-perubahan ke arah pembangunan berkelanjutan berdasarkan hak asasi manusia dan kesetaraan untuk mendorong pembangunan sosial, ekonomi, dan lingkungan hidup. Terdapat 17 tujuan dan 169 capaian yang terukur dan ditargetkan oleh Pemerintah Indonesia untuk dicapai pada tahun 2030.**

**S**inergi menyeluruh oleh organisasi pemerintah, lembaga-lembaga, maupun masyarakat yang saling terkait diharapkan dapat mendorong keberhasilan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan ini. Di awal tahun 2019 ini, beberapa organisasi pemerintah menggandeng program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan untuk bersama-sama mewujudkan tujuan tersebut

melalui sinergitas berbagai kegiatan sesuai bidang kerjanya. Sebagai contoh, memerangi kemiskinan merupakan konsentrasi Dinas Sosial, kehidupan yang sehat menjadi konsentrasi Dinas Kesehatan, menjaga ekosistem laut dan daratan, menangani perubahan iklim oleh Dinas Lingkungan Hidup dan lain sebagainya. Namun perlu dipahami sinergitas tersebut tidak bisa diberikan dalam bentuk *charity*. Bagi perusahaan yang mengikuti

ajang PROPER, program-program yang diluncurkan, selain harus berkontribusi kepada SDG's, juga tetap harus mengusung konsep pemberdayaan. Konsep ini mengharuskan masyarakat berpartisipasi dan berinisiatif dalam memulai proses kegiatan sosial untuk memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri, dengan pendampingan dari perusahaan yang bersinergi dengan organisasi pemerintah terkait serta lembaga



swadaya yang memiliki kompetensi di bidang yang sesuai dengan program yang dijalankan.

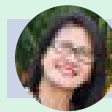
Secara global SDGs memiliki 17 tujuan, di antaranya adalah pemberantasan kemiskinan, penyediaan air bersih, dan sanitasi yang baik, serta kesehatan. CSR PT Phapros Tbk memiliki beberapa program yang bersinergi dengan organisasi pemerintah maupun lembaga, di antaranya *Maroon Mangrove EduPark*, program pemberdayaan kelompok tani METAL. Dua kegiatan itu fokus pada Pengelolaan Mangrove yang berkontribusi pada pencapaian tujuan SDG's yaitu menghapus kemiskinan (Tujuan 1), mengakhiri kelaparan (Tujuan 2), pertumbuhan ekonomi (tujuan 8). Pasalnya dengan program tersebut penghasilan kelompok METAL semakin meningkat karena memperoleh penghasilan tambahan dari penjualan bibit mangrove, jasa penanaman mangrove, jasa edukasi, *tour guide*

di hutan mangrove, dan sewa perahu.

Obyek wisata dan edukasi tersebut juga berkontribusi pada pencegahan dampak perubahan iklim (Tujuan 13), menjaga sumber

**Secara global SDGs memiliki 17 tujuan, di antaranya adalah pemberantasan kemiskinan, penyediaan air bersih, dan sanitasi yang baik, serta kesehatan. CSR PT Phapros Tbk memiliki beberapa program yang bersinergi dengan organisasi pemerintah maupun lembaga, di antaranya *Maroon Mangrove EduPark*, program pemberdayaan kelompok tani METAL.**

daya laut (tujuan 14). Tumbuhnya mangrove membantu menahan abrasi selain memperbaiki ekosistem yang dapat mendatangkan hewan laut di antaranya kepiting dan ikan sehingga habitat laut tetap terjaga. Program tersebut berhasil karena sinergitas yang dijalin antara CSR Phapros, petani METAL, Yayasan Ikamat, Dinas Lingkungan Hidup, Dinas Perikanan dan Lanumad Ahmad Yani Semarang. Demikian juga dengan beberapa program pemberdayaan CSR Phapros lainnya seperti Pendampingan Posyandu Pelita Sehat, Posyandu Murih Lestari, Bank Sampah Pringsari, Griya Anggrek Mekar Sari, RA/MI Al Amin yang dijalankan dengan pola mendorong partisipasi masyarakat yang bermuara pada tercapainya SDG's.



Oleh :  
Diah Istantri

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



**Berapa angka yang tepat  
untuk mengisi kotak terakhir?**

3	6	12
4	8	16
5	10	?

Kirimkan jawaban Anda  
ke redaksi majalah SWARA melalui email :  
[redaksiswara@phapros.co.id](mailto:redaksiswara@phapros.co.id)

**Selamat Mengikuti !**

**Pemenang Asah Otak Edisi Okt – Des 2018 :**

1. Cindy Christashari – Keuangan Jakarta
2. Kurnia Setyawinadi

Jawaban: **Angka yang hilang adalah 11**