

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah dan Perkembangan

PT. Phapros, Tbk. didirikan oleh NV. Kian Gwan Handels Maatschappy (Prof. Liem Wie Hock) pada tanggal 21 Juni 1954. PT. Phapros, Tbk. merupakan bagian dari pengembangan usaha Oei Tiong Ham Concern (OTHC), konglomerat pertama Indonesia yang menguasai bisnis gula dan agro industri. Cikal bakal salah satu perusahaan farmasi tertua di Indonesia ini adalah NV *Pharmaceutical Processing Industries*, yang disingkat menjadi Phapros.

Pada awal pendiriannya, OTHC menguasai 96% saham Phapros tetapi dalam perkembangan kepemilikan sahamnya mengalami perubahan. Hingga saat ini saham PT. Phapros, Tbk. dimiliki oleh PT. Rajawali Nusantara Indonesia (BUMN di bawah Departemen Keuangan) sebesar 54% dan sisanya 46% dimiliki oleh masyarakat umum, terutama dari kalangan dokter, apoteker dan profesional lainnya di bidang kesehatan yang berjumlah 300 orang. Pada tahun 2000 status PT. Phapros, Tbk. berubah dari perusahaan tertutup menjadi perusahaan terbuka karena modal setornya sudah di atas ketentuan 3 miliar rupiah.

Pada ulang tahun PT. Phapros, Tbk. ke 50, yaitu 21 Juni 2004 logo lama PT. Phapros Tbk. diganti dengan logo baru. Dengan bergantinya logo, diharapkan PT. Phapros Tbk. siap untuk menyongsong masa depan dengan optimis.



Logo Lama

Logo Baru

**Gambar 2.1 Logo lama dan baru PT. Phapros, Tbk.**

Sumber: PT. Phapros, Tbk.

Makna dari logo baru tersebut adalah sebagai berikut :

1. Tiga lingkaran yang berurutan keatas mewakili tiga *stake holder* yaitu konsumen, pemegang saham dan karyawan yang saling mendukung dan untuk menaikkan nilai kepentingan ketiga *stake holder* melaju bersama menyongsong masa depan.
2. Lingkaran melayang melambangkan benih ide baru selain itu juga menggambarkan landasan yang kokoh.
3. Kedekatan lingkaran melambangkan nilai kekeluargaan dan menunjukkan karakter yang kuat.
4. Warna biru melambangkan inovasi, perkembangan, kesungguhan dan kebijaksanaan.
5. Gradasi warna merah kuning melambangkan keberanian dan keharmonisan organisasi.
6. Typografi melambangkan kesederhanaan tanpa meninggalkan kesan stabil dan kokoh.

Dalam perkembangannya, PT. Phapros, Tbk. selalu berusaha mengembangkan produknya. Perkembangan produksi yang telah dilakukan PT. Phapros, Tbk. adalah sebagai berikut :

1. Tahun 1957 : tablet dan tablet salut gula (Livron B Plex)
2. Tahun 1960 : injeksi (Pehacain Injeksi)
3. Tahun 1963 : kapsul (Pehacycline)
4. Tahun 1964 : sirop (Livron Tonic)
5. Tahun 1972 : salep dan cream (Fluocort N Cream dan NB Tab Oint)
6. Tahun 1978 : tablet salut selaput (Metaneuron)
7. Tahun 1990 : memperoleh sertifikat CPOB
8. Tahun 1999 : memperoleh sertifikat ISO 9001 mengenai sistem mutu
9. Tahun 2000 : memperoleh sertifikat ISO 14001 mengenai lingkungan
10. Tahun 2002 : memproduksi 137 **item** obat, 124 diantaranya adalah obat hasil pengembangan sendiri.
11. Tahun 2004 : PT. Phapros, Tbk. memperkenalkan produk alam dalam kelompok **Agro-Medicine** (Agromed)

12. Tahun 2009 : sertifikasi OHSAS 18001:2007 (*Occupational Health and Safety Assessment Series*)

Guna memperkuat jaringan dan distribusi, PT. Phapros, Tbk. mempererat kerja sama dengan PT. Rajawali Nusindo yang merupakan distributor tunggal dalam memasarkan produk PT. Phapros, Tbk. Sejak tahun 1997 pemasaran untuk obat-obat *ethical* ditangani sendiri oleh PT. Phapros, Tbk., sedangkan untuk obat-obat generik dan Inpres dilaksanakan oleh PT. Rajawali Nusantara Indonesia.

Sampai saat ini PT. Phapros, Tbk. telah memproduksi kurang lebih 250 macam produk. Produk-produk yang dihasilkan PT. Phapros, Tbk. dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- a. Produk PT. Phapros, Tbk. meliputi:
  - a. Produk rutin yaitu produk dengan nama dagang, seperti: Antimo, Bio ATP, Becefort, Supralivron, Livron B-Plex, dll.
  - b. Produk obat generik berlogo (OGB), seperti: Amoxicillin kaplet, Ampicillin kaplet, Ampicillin sirup, dll.
  - c. Produk Pesanan Pemerintah seperti produk untuk PKD (Peningkatan Kesehatan Daerah), seperti obat antituberkulosis.
  - d. Produk Agromed, seperti: Tensigard<sup>®</sup>, Ocugard, Hepagard, Fitogen, X-gra<sup>®</sup>, dsb.
- b. Produk-produk lisensi dari Boehringer Mannheim GmbH Jerman, American Product USA, Lederle Laboratories Division, Lekk Ljubljana Slovenia, F. Trenka Austria, dan Schwabe Jerman. seperti: Artane tablet, Xiclav tablet, Diamox tablet, dan lain-lain.

## **2.2 Visi dan Misi PT. Phapros, Tbk**

Visi PT. Phapros, Tbk. adalah menjadi perusahaan farmasi terkemuka yang menghasilkan produk inovatif dan jasa kesehatan yang didukung oleh manajemen profesional serta kemitraan strategis guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Misi yang dikembangkan PT. Phapros, Tbk. untuk mendukung visinya adalah :

- a. Menyediakan produk kesehatan terbaik guna memenuhi kebutuhan masyarakat.
- b. Memberikan imbal hasil kepada pemegang saham sebagai refleksi kinerja perusahaan dan memberikan penghargaan terhadap karyawan yang memberikan kontribusi serta melakukan inovasi.
- c. Menjadi perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial dan ramah lingkungan.

Kebijakan Perusahaan PT. Phapros, Tbk.:

- a. Menyediakan produk obat dan produk kesehatan lainnya yang aman, manjur dan bermutu
- b. Memberikan layanan dan informasi tentang penggunaan dan penanganan produk yang dihasilkan
- c. Menetapkan sistem pencegahan kecelakaan kerja dan penyakit akibat kerja, pencemaran lingkungan dan dampaknya dalam setiap aktifitas operasi perusahaan
- d. Menetapkan sistem pengelolaan risiko dalam setiap aktifitas operasi perusahaan.
- e. Menetapkan sistem kerja yang berorientasi pada peningkatan produktivitas, efisiensi dan inovasi dengan mempertimbangkan perbaikan mutu, dampak lingkungan dan kualitas kesehatan kerja
- f. Perbaikan terus menerus atas proses, infrastruktur, teknologi dan kompetensi SDM sesuai tuntutan persyaratan mutu, lingkungan dan kesehatan kerja
- g. Meningkatkan kepedulian lingkungan dalam rangka tanggung jawab sosial perusahaan

Pelaksanaan kebijakan perusahaan ini diterjemahkan dalam Prosedur Operasional dan Instruksi Kerja yang mengakomodasi tindakan perbaikan dan pencegahan yang berkesinambungan.

### **2.3 CORE VALUE**

**“ SPIRIT ”**

✓ **Strive for excellence**

Merupakan tekad insan Phapros dalam berkarya untuk senantiasa memberikan yang terbaik dan dengan upaya maksimal bagi pelanggan, masyarakat dan perusahaan

✓ **Professional**

Setiap insan Phapros senantiasa bekerja sesuai dengan kaidah-kaidah profesinya, dan memegang teguh etika serta ethos profesi dalam berkarya sesuai dengan bidang pekerjaannya

✓ **Integrity**

Adalah landasan moral yang paling dasar Ini menunjukkan tekad insan Phapros, untuk menjunjung sikap moral ini dan ditunjukkan dengan satunya kata dan perbuatan, sikap jujur dan terbuka, tidak munafik dan mampu mempertahankan prinsip .

✓ **Respect to customer**

Insan Phapros sadar bahwa kelangsungan hidup perusahaan dan kesejahteraan karyawan sangat tergantung dari kepuasan pelanggan, oleh karena itu seluruh insan Phapros meletakkan kepuasan pelanggan menjadi sasaran kerja utama. Baik itu pelanggan pengguna, endorser, komunitas kesehatan dan juga rekan dari proses kerja berikutnya.

✓ **Innovative**

Untuk dapat menghasilkan yang terbaik dan memuaskan kebutuhan pelanggan, maka seluruh insan Phapros tak henti-hentinya mencari dan melakukan inovasi dalam bekerja guna mencapai sasaran tersebut. Koridor yang membatasi inovasi hanyalah kaidah profesionalisme dan landasan moral integritas.

✓ **Teamwork**

Insan Phapros sadar bahwa kerja kelompok yang sehat adalah prasyarat untuk perusahaan mampu mencapai sasaran yang telah ditetapkan, karena sasaran perusahaan tak mungkin dicapai seorang diri. Oleh karena itu pengembangan sumber daya insan Phapros tidak ingin menghasilkan “superman” melainkan menghasilkan “super team”. Setiap insan Phapros harus berupaya untuk menjadi anggota tim yang baik dan berkontribusi maksimal demi keberhasilan tim, demi

keberhasilan perusahaan dan pada gilirannya keberhasilan diri sendiri serta keluarga.

#### **2.4 Lokasi dan Sarana Produksi**

PT. Phapros, Tbk. terletak di Jl. Simongan No. 131 Semarang, Jawa Tengah. Pada awal masa pendiriannya, PT. Phapros, Tbk. cukup strategis sebagai lokasi industri karena jauh dari pemukiman penduduk, tetapi pada saat ini di daerah sekitar industri sudah dipadati oleh penduduk. Denah PT. Phapros, Tbk. dapat dilihat pada Gambar 2. PT. Phapros, Tbk. Mempunyai luas area kurang lebih 3,5 hektar terdiri atas 3 hektar untuk bangunan dan selebihnya adalah taman, lapangan olahraga, pengelolaan limbah, dan lain - lain.

Sarana produksi yang dimiliki oleh PT. Phapros, Tbk. terdiri dari bangunan dan peralatan produksi. Bangunan PT. Phapros, Tbk. terdiri dari:

1. Bangunan kantor, meliputi kantor direksi, kesekretariatan, bagian umum, SPI, Akuntansi, Keuangan, Pembelian, SDM, ERM dan PPPP/ LPP
2. Bangunan produksi, terdiri dari gedung produksi  $\beta$ -Laktam dan non  $\beta$ -Laktam. Gedung  $\beta$ -Laktam terpisah dengan gedung produksi non  $\beta$ -Laktam, mengingat sifat khas dari bahan aktifnya yang dapat menyebabkan hipersensitifitas. Gedung  $\beta$ -Laktam terdiri dari satu lantai yang meliputi ruang produksi, ruang pengemasan, gudang transit bahan baku dan produk jadi. Produk  $\beta$ -Laktam yang dihasilkan antara lain: tablet, kapsul, sirup kering, dan injeksi. Untuk gedung produksi non  $\beta$ -Laktam terdiri dari 3 lantai, yaitu: lantai satu untuk aktivitas pengemasan produk ruahan (pengemasan primer dan sekunder), dan sebagai tempat untuk mencuci botol kemasan tablet dan sirup. Lantai dua merupakan tempat produksi sediaan tablet, tablet salut dan kapsul. Lantai tiga digunakan untuk produksi sediaan injeksi, salep dan sirup. Lantai empat gedung produksi non  $\beta$ -Laktam terdapat sistem pengaturan udara yang disirkulasikan dalam ruang produksi non  $\beta$ -Laktam.
3. Gudang bahan baku, yang digunakan sebagai tempat penyimpanan bahan baku sebelum didistribusikan ke bagian produksi. Terdapat dua gudang bahan baku, yaitu gudang bahan baku  $\beta$ -Laktam dan non  $\beta$ -Laktam.

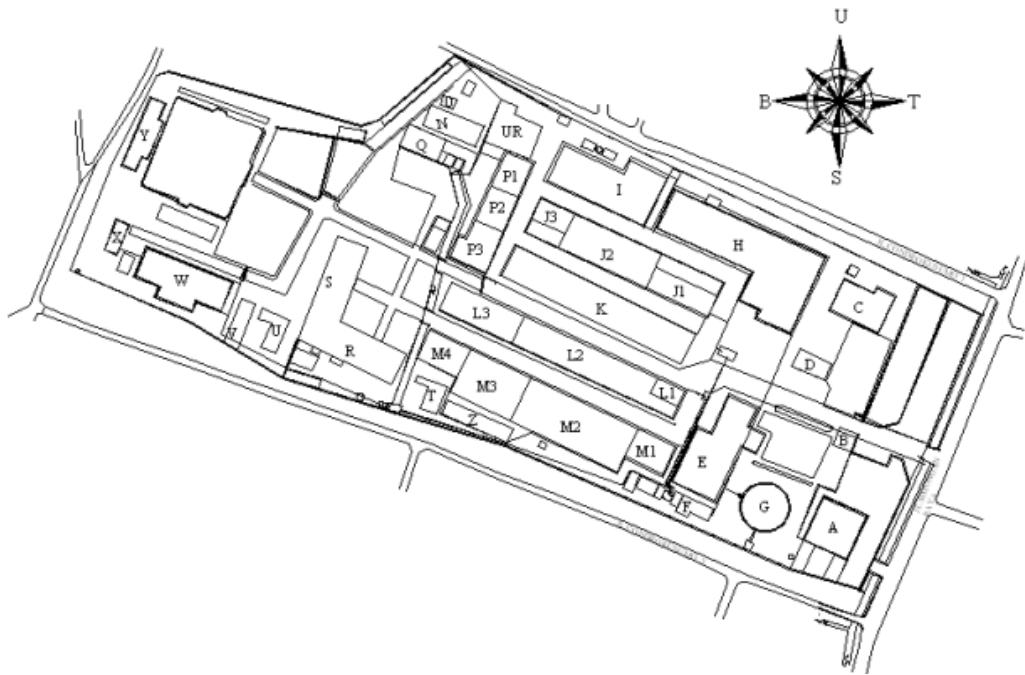
4. Gudang produk jadi, digunakan untuk menyimpan produk yang sudah jadi dan siap untuk diedarkan.
5. Gudang bahan kemas, digunakan untuk menyimpan bahan-bahan yang dipakai untuk mengemas produk, seperti silika gel, foam, brosur, etiket, dus, box, polycelonium, PTP Foil, dll.
6. Gudang varia, digunakan untuk menyimpan kebutuhan non produksi seperti alat tulis kantor, kebutuhan administrasi dan lain - lain.
7. Gudang teknik, digunakan untuk menyimpan alat-alat produksi terutama *spare part* mesin.
8. Gedung Pengendalian dan Pemastian Mutu (PPM) dan gedung Perencanaan dan Pengembangan Produk (PPP) yang dilengkapi dengan perpustakaan.
9. Bangunan pendukung, seperti poliklinik, kantin, garasi, bengkel, mushola dan masjid, Unit Pengelolaan Lingkungan Hidup (UPL), *Air Handling Unit* (AHU), lapangan olah raga, *laundry*, dll. Sarana pendukung lain yaitu unit listrik dan air, bangunan dan pertukangan, serta *pool* kendaraan. Selain itu terdapat Instalasi Pengelolaan Air Limbah (IPAL) yang terdiri dari dua bagian yaitu IPAL I untuk pengelolaan limbah produksi  $\beta$ -Laktam dan IPAL II untuk pengelolaan limbah non produksi dan produksi non  $\beta$ -Laktam.

NO	KODE	NAMA GEDUNG
1	A	MASJID
2	B	POSSATPAM
3	C	AVICENA
4	D	POLIKLINIK
5	E	KANTOR ADMNIST
6	F	UPL 2
7	G	KOLAM BIO CONTROL
8	H	GEDUNG CPOB
9	I	BETALACTAM
10	J1	GUDANG KEMAS ISS
11	J2	GUDANG BAHAN KEMAS
12	J3	RUANG MEETING PRODUKSI
13	K	GUDANG BAHAN
14	L1	KALIBRASI
15	L2	GUDANG KEMAS POLYCELLO
16	L3	EX RUANG AGROMED
17	M1	KANTOR ADMINISTRASI UMUM
18	M2	GUDANG BAHAN KEMAS
19	M3	EX GUDANG PRODUK JADI
20	M4	RUANG CUCI BOTOL
21	N	UPL LIMBAH PADAT
22	O	GUDANG HCL
23	P1	RUANG KERJA BANGUNAN
24	P2	RUANG KERJA PML
25	P3	RUANG KERJA L/A
26	Q	GUDANG ALKOHOL
27	R	GEDUNG PM
28	S	GEDUNG PPP
29	T	TANDON AIR
30	U	RUANG CUCI PAKAIAN
31	V	GUDANG
32	W	KANTIN
33	X	POOL KENDARAAN
34	Y	TRIBUNE / LAPANGAN TENIS
35	Z	RUANG SENTRAL ARSIP
36	UR	UTILITY ROOM

Sumber: PT. Phapros, Tbk

**Tabel 2.1 Tabel Lokasi dan Sarana Produksi**





**Gambar 2.2 Denah PT. Phapros, Tbk.**

Sumber: PT. Phapros, Tbk.

## 2.5 Strategi Perusahaan

PT. Phapros, Tbk. telah menerapkan strategi perusahaan (*corporate strategy*) dalam menghadapi persaingan global industri farmasi. Strategi perusahaan yang diterapkan meliputi :

### 1. Produk

Sampai sekarang PT. Phapros, Tbk. telah memproduksi 342 macam produk, 313 diantaranya adalah obat hasil pengembangan sendiri (non-lisensi). PT. Rajawali Nusindo merupakan distributor tunggal untuk memasarkan produk PT. Phapros, Tbk. Meski begitu, sejak tahun 1997 pemasaran obat-obat *ethical* ditangani sendiri oleh PT. Phapros, Tbk. Sedangkan untuk obat-obat generik dan Inpres dilaksanakan oleh PT. Rajawali Nusindo. Produk PT. Phapros, Tbk. meliputi *over the counter* (OTC), *generic*, *ethical*, dan *agro medicine* (Agromed). Masing-masing produk memiliki titik berat sendiri-sendiri. Produk-produk yang dihasilkan PT. Phapros, Tbk. dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- a. Produk yang rutin diproduksi yang terdiri atas produk obat bebas/ OTC, produk obat generik, produk PKD/ Peningkatan Kesehatan Daerah dan produk Agromed.
- b. Produk-produk lisensi, misalnya dari Boehringer Mannheim GmbHm Jerman (1960), American Product USA (1975), Lederle Laboratories Division, Lekk Ljubljana Slovenia (1987), F. Trenka Austria (1990), dan Schwabe Jerman (1995) seperti Artane® tablet, Xiclav® tablet, Diamox® tablet, dan sebagainya.

Berikut ini adalah penjelasan dari berbagai macam produk-produk tersebut:

- 1) *Over the counter (OTC)*, yang menitikberatkan pada *customer intimacy*. Dalam mengembangkan produk OTC, PT. Phapros, Tbk. menekankan pengenalan pelanggan secara baik sehingga dapat dengan cepat memberikan respons terhadap kebutuhan pelanggan yang spesifik dan khusus. Untuk mendukung strategi ini, PT. Phapros, Tbk., mengembangkan produk-produk baru yang memiliki keunggulan bersaing sehingga mampu menjadi *leading product* di pasar. Sebagai contoh obat yang termasuk OTC yaitu Antimo, Antimo Anak, Livron B Plex, Supra Livron, Noza,.
- 2) *Generic*, dengan titik berat pada *operational excellence*. PT. Phapros, Tbk. selalu berupaya menyediakan produk yang dapat diandalkan dan memberikan *service* kepada pelanggan pada harga yang kompetitif, serta kemudahan untuk mendapatkan produk tersebut. Untuk menciptakan diferensiasi dan *positioning product*, PT. Phapros, Tbk., mengembangkan produk-produk baru yang memiliki *leadership* tinggi. Sebagai contoh obat generik yaitu Albendazole, Aminofilin, Amoxicillin, Ampicillin, Antalgin, Antiparkinson DOEN, Asam Askorbat, Asam Folat, Asam Mefenamat, Asetosal, Acyclovir, Benzatin Benzin Penisilin, Garam Oralit, Gentamisin (injeksi & salep), Glibenclamide, Griseofulvin, Ibuprofen, Isoniazide, Kalsium laktat, Kaptopril, , Klorpromazin, Kotrimoksazol tablet pediatrik, Lidocain injeksi 2%, Lyncomycin 500 mg, Methylprednisolon injeksi 500 mg, Methylprednisolon tablet 4 mg, Metronidazole tablet 250 mg, Natrium diklofenak tablet 25 mg, Natrium diklofenak tablet 50 mg, Natrium tiosulfat

injeksi 25%-10 ml, Nifedipine tablet 10 mg, Nistatin Dragee, OAT Anti Tuberkulosis Kategori 1 dan 2 Adult, Obat Anti Tuberkulosis Kategori Sisipan (Adult), Obat Anti Tuberkulosis Kategori Anak, Omeprazole Tablet 12,5 mg, Parasetamol Sirup 120 mg, Parasetamol Tablet 500 mg, Pirantel Tablet 125 mg, Prazikuantel Tablet 600 mg, Prednison Tablet 5 mg, Primakuin Tablet 15 mg, Prokain Benzil Penisilin G Injeksi 3 juta IU/Vial, Prometazin Tablet 12,5 mg, Prometazin Tablet 25 mg, Ranitidine Tablet 150 mg, Rifampisin Kaplet 300 mg, Rifampisin Kaplet 450 mg, Simetidine Tablet 200 mg, Siprofloksasin Tablet 500 mg, Streptomisin Injeksi 1,5 g/ml, Tablet Tambah Darah/30, Tetrasiklin Kapsul 250 mg, Tetrasiklin Kapsul 500 mg, Tiamin HCl Mononitrat (Vitamin B1) Injeksi, Tiamfenicol 500 mg, Ferro Sulphate Syrup Bottle 150 ml, Natrium Fenitoin 30 mg Kapsul, Natrium Phenitoin 50 mg Kapsul.

- 3) *Ethical*, titik berat pada *product leadership*. PT. Phapros, Tbk. menawarkan produk yang inovatif untuk memenangkan persaingan, baik melalui modifikasi *content* maupun *context*, serta memberikan *service* sebagai nilai tambah kepada pelanggan. Contoh obat *ethical* yaitu Amaropo Plus, Becafort Sirup, Betafort, Bio ATP, Bioneuron Tablet, Bioneuron Injeksi, Cardismo, Corsona Tablet, Corsona Injeksi, Dexamine, Dexamine Sirup, Dextrofen Kapsul, Diafac, Dolsic Injeksi, Droxefa 500 Kapsul, Febrinex Sirup, Fluocort N Cream, Geriavita, Grivin, Grivin Forte, Hemafort, Hustab Tablet, Hustab P Tablet, Hustab P Sirup, Hypobhac 25 Injeksi, Hypobhac 100 Injeksi, Hypobhac 200 Injeksi, Ilusemin 100, Kolkatriol, Kolkatriol Forte, Metaneuron, Nacoflar 25, Nacoflar 50, NB Topical Ointment, Osteotin, Palentin 375, Palentin 625, Palentin Sirup Kering, Palentin F Sirup Kering, Pehacain Injeksi, Pehadoxin, Pehadoxin Forte, Pehamoxil Forte, Pehamoxil 125 Sachet, Pehastan 500, Pehatrim Suspensi, Pehatrim Dewasa, Pehatrim Forte, Pehavral, Pehazon, Pehazon Forte, Phadilon 500 Injeksi, Phadilon 4 Tablet, Phalol 10, Phaproxin 500, Pro Infark, Sefure 750 Serbuk Injeksi, Spirolacton 25, Spirolacton 100, Taxef 1000 Serbuk Injeksi, Tebokan, Tebokan Spesial, Trixon 1000 Serbuk Injeksi, Vapril 12.5, dan Vapril 25.

4) *Agromed*, titik berat pada *innovation and standardization*. PT. Phapros, Tbk., juga melakukan inovasi yang memberikan diferensiasi dengan menawarkan produk obat berbasis bahan alam yang telah teruji khasiatnya secara klinis. Pada tahun 1969, PT. Phapros, Tbk. meluncurkan *Pehastone*, peluruh batu ginjal yang dibuat dari tanaman obat dan diikuti dengan produk alam dalam kelompok *Agromed*. *Agromed* menawarkan *kearifan tradisional dengan kepastian ilmiah modern*. Pada tahun 2005, PT. Phapros, Tbk. meluncurkan fitofarmaka pertama di Indonesia, yaitu *X-gra®* dan *Tensigard®*. Uji klinik untuk produk *Agromed Tensigard®* merupakan hasil kerja sama dengan Dr. dr. Siti Fadilah Supari, Sp.Jtg (Rumah Sakit Jantung Harapan Kita, Jakarta), sedangkan pada *X-gra®* bekerja sama dengan pakar ahli Prof. Dr. dr. Wimpie Pangkahila, Sp. And. (Rumah Sakit Sanglah, Bali). Produk *Agromed* lainnya adalah *Ocugard*, *Hepagard*, *Fitogen*, *Hemorogard* dan *Glucogard*.

## 2. Komunikasi (*360° communication*)

Dalam berinteraksi dengan stakeholder, khususnya pelanggan, PT. Phapros, Tbk. menerapkan strategi komunikasi dan promosi 360° yang mengkombinasikan pembentukan citra dalam jangka panjang dan penciptaan penjualan dalam jangka pendek.

## 3. Penetapan Harga (*Value, benefit, price*)

Harga disusun secara spesifik dan unik sesuai dengan karakteristik pasar. Untuk kelompok produk OTC, PT. Phapros, Tbk., menekankan penciptaan *value* yang tinggi kepada pelanggan. Untuk kelompok produk *ethical*, PT. Phapros, Tbk., menggunakan strategi penciptaan keuntungan produk yang tinggi. Sedangkan untuk produk *generic*, merupakan strategi berorientasi harga untuk memperkuat *portofolio* produk.

## 4. Sumber Daya Manusia: *Competency Based Organization* (CBO)

Strategi pengembangan SDM sebagai penjabaran visi-misi PT. Phapros, Tbk., didasarkan pada pengembangan kompetensi karyawan.

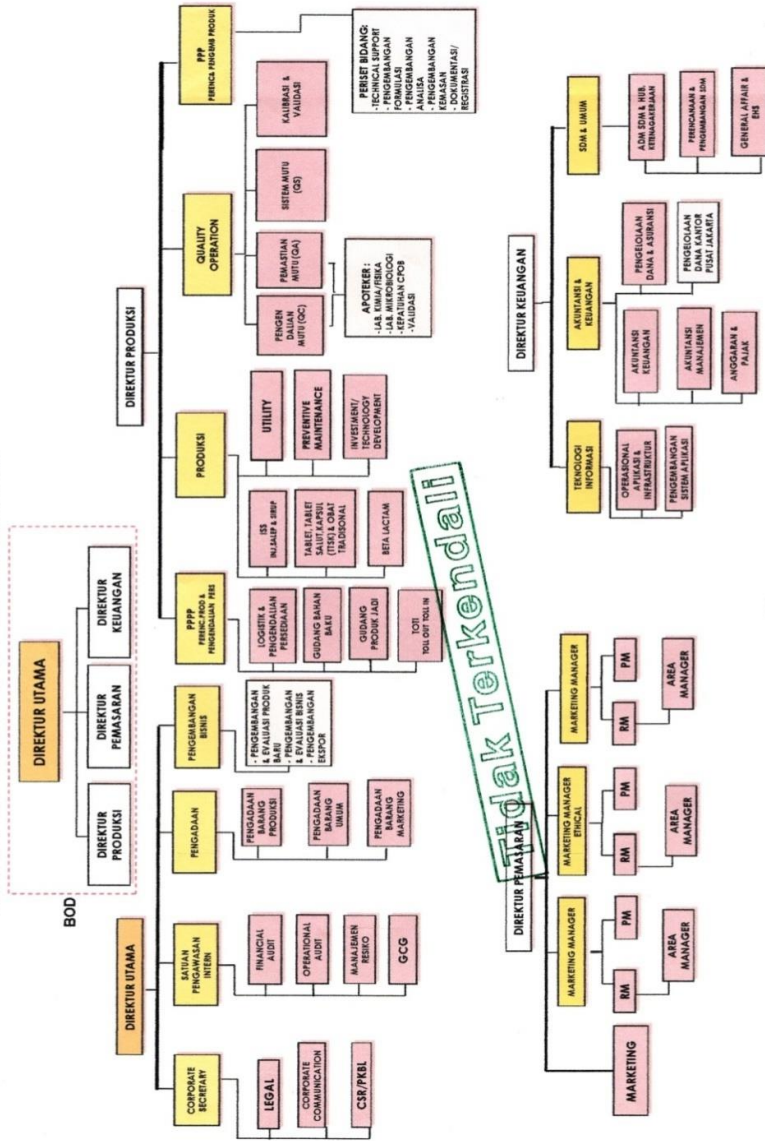
Penerapan CBO diarahkan pada terciptanya faktor-faktor kompetensi *skill, knowledge, attitude* yang efektif dalam meningkatkan daya saing bisnis PT. Phapros, Tbk.

PT. Phapros, Tbk., menguasai semua kunci utama sukses sebagai sebuah perusahaan farmasi terkemuka, yaitu sumber daya manusia berkualitas dan berdedikasi, *portofolio* produk yang kuat, kondisi keuangan yang solid, kemampuan untuk mengembangkan dan memasarkan obat baru, serta budaya perusahaan yang dinamis.

## **2.6 Struktur Organisasi PT. Phapros, Tbk**

Struktur Organisasi PT. Phapros, Tbk. dapat dilihat pada Gambar 3. Internal audit (Satuan Pengawasan Intern) merupakan bagian yang bertugas mengawasi kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan produksi, kegiatan pemasaran, dan keuangan. Internal Audit (*Quality Management Representative*) dibentuk setiap 6 bulan sekali. Internal audit dipegang oleh Manager dari departemen yang terpilih. Anggotanya terdiri dari tenaga farmasis dan non farmasis yang selalu berganti secara periodik dan bersifat *independent*. Sistem yang dilakukan dalam internal audit adalah audit silang, tujuannya untuk mendapatkan obyektifitas hasil audit. Internal audit juga mempunyai tujuan untuk mempersiapkan PT. Phapros, Tbk. dalam menghadapi audit dari pihak luar seperti BPOM atau industri lain yang ingin melakukan *toll in*. Pengembangan bisnis mempunyai tugas antara lain menilai kelayakan suatu usulan produk untuk dapat dijadikan produk baru atau tidak, dan kemungkinan untuk membeli pabrik farmasi lainnya (akuisisi). *Corporate secretary* merupakan suatu sekretaris perusahaan yang salah satu tugasnya adalah *public relations* (PR). Struktur Organisasi PT. Phapros, Tbk terlihat pada Gambar 2.3

**STRUKTUR ORGANISASI PT. PHAPROS Tbk**



**Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. Phapros, Tbk.**

Sumber: PT. Phapros, Tbk.