

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat PT Kimia Farma (Persero) Medan.

Kimia Farma merupakan pioner dalam industri farmasi Indonesia. Cikal bakal perusahaan dapat dirunut balik ke tahun 1917, ketika NV Chemicalien Handle Rathkamp & Co., perusahaan farmasi pertama di Hindia Timur, didirikan. Sejalan dengan kebijakan nasionalisasi eks perusahaan-perusahaan Belanda, pada tahun 1958 pemerintah melebur sejumlah perusahaan farmasi menjadi PNF Bhinneka Kimia Farma. Selanjutnya pada tanggal 16 Agustus 1971 bentuk hukumnya diubah menjadi Perseroan Terbatas, menjadi PT Kimia Farma (Persero). Sejak tanggal 4 Juli 2001 Kimia Farma tercatat sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya. Berbekal tradisi industri yang panjang selama lebih dari 187 tahun dan nama yang identik dengan mutu, Kimia Farma telah berkembang menjadi sebuah perusahaan pelayanan kesehatan utama di Indonesia yang kian memainkan peranan penting dalam pengembangan dan pembangunan bangsa dan masyarakat. Sebagai perusahaan public sekaligus BUMN, Kimia Farma berkomitment penuh untuk melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik sebagai suatu kebutuhan sekaligus kewajiban sebagaimana diamanatkan Undang-undang No. 19/2003 tentang BUMN. PT Kimia Farma Tbk. Merupakan sebuah perusahaan pelayanan kesehatan yang terintegrasi, bergerak dari hulu ke hilir, yaitu : industri, marketing, distribusi, ritel, laboratorium klinik dan klinik kesehatan.

Dengan dukungan kuat Riset dan Pengembangan, segmen usaha yang dikelola oleh perusahaan induk ini memproduksi obat jadi dan obat tradisional, yodium, kina dan produk-produk turunannya, serta minyak nabati. Lima fasilitas produksi yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia merupakan tulang punggung dari segmen industri, dimana kelimanya telah mendapat sertifikat Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) dan sertifikat ISO 9001, ISO 9002 dan ISO 14001 dari institusi luar negeri. (Llyod's, SGS, TU). Hasil produksi yang di buat oleh Pabrik Farmasi perusahaan baik produk obat-obat kimia, Formulasi dan herbal, dibagi dalam 6 (enam) lini produksi yaitu etikal, obat bebas, generik, narkotika, lisensi dan bahan baku. Hampir semua kelas terapi diakomodasi oleh produk perusahaan yang terdiri lebih dari 260 item produk dan dipasarkan keseluruh Indonesia serta di ekspor ke beberapa negara melalui jaringan distribusi perseroan atau yang memiliki perjanjian dengan perseroan. Sebagai bagian dari tanggung jawab sosialnya Kimia Farma berkomitmen untuk memastikan pasokan obat generik yang tetap ke pasar dalam negeri sesuai dengan misi perusahaan.

B. Jenis Usaha / Kegiatan Perusahaan.

1. Pabrik

Dengan dukungan kuat Riset & Pengembangan, segmen usaha yang dikelola oleh perusahaan induk ini memproduksi obat jadi dan obat tradisional, yodium, kina dan produk-produk turunannya, serta minyak nabati. Produksi yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia merupakan tulang punggung dari segmen industri. Yang terdiri atas :

Plant Tanjung Morawa di Medan, Sumatera Utara, dikhususkan untuk memasok kebutuhan obat di wilayah Sumatera. Produk yang dihasilkan oleh pabrik yang telah memperoleh sertifikat Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) ini meliputi sediaan tablet, krim dan kapsul.

2. Distribusi dan Perdagangan

Unit Distribusi yang direpresentasikan oleh PT. Kimia Farma Trading & Distribution sangat berperan penting dalam upaya peningkatan penjualan produk-produk Kimia Farma. Rencana pemerintah mengucurkan anggaran subsidi obat generik senilai Rp 4 triliun per tahun, akan menolong kantong PT Kimia Farma Tbk. Kimia Farma merupakan salah satu BUMN farmasi yang memproduksi obat generik, perusahaan farmasi pelat merah ini berani menaikkan target penjualan hingga 27% menjadi Rp 3,3 triliun tahun ini.

3. Apotek

PT. Kimia Farma Apotek, adalah anak perusahaan yang dibentuk oleh Kimia Farma untuk mengelola Apotek-apotek milik perusahaan yang ada, dalam upaya meningkatkan kontribusi penjualan untuk memperbesar penjualan konsolidasi PT. Kimia Farma Tbk. Seiring dan sejalan dengan perubahan situasi dan persaingan yang semakin kompetitif dan perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat, PT. Kimia Farma Tbk melaunching sebagai suatu refleksi perusahaan untuk lebih mendekatkan diri dengan para *stakeholdernya*.

4. Laboratorium Klinik

Menangkap peluang dari meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya arti Kesehatan, pembentukan unit usaha baru ini terutama ditujukan untuk memberikan layanan pemeriksaan Laboratorium Klinik dan Pemeriksaan Mikro Biologi industri. Industri Farmasi memiliki peran strategis dalam berbagai aspek yaitu aspek sosial dimana perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjaga kesehatan, aspek ekonomi dan aspek teknologi yang juga menuntut agar industri farmasi dapat meningkatkan kemampuan dalam menjaga kesinambungan usaha.

Layanan yang diberikan, yaitu :

- a. Pemeriksaan Atas Permintaan Sendiri (APS)
- b. Pemeriksaan Atas Permintaan Dokter (APD)
- c. Medical Check Up
- d. Pemeriksaan Mikrobiologi Industri
- e. Pemeriksaan Rujukan

4. Klinik

- a) Sebagai salah satu upaya mewujudkan visi perusahaan menjadi Healthcare Company, maka Kimia Farma telah merintis infrastruktur bisnisnya memasuki usaha jaringan penyedia layanan kesehatan (klinik kesehatan) yang terpadu dan terintegrasi dengan membangun sistem informasi yang mendukung.

- b) Klinik Kesehatan Kimia Farma dengan konsep one stop healthcare services menyediakan layanan klinik dokter yang didukung dengan layanan pemeriksaan kesehatan (laboratorium), layanan farmasi (apotek) dan layanan pendukung lainnya.
- c) Jasa layanan kesehatan yang akan diberikan meliputi konsultasi, pemeriksaan kesehatan dan pengobatan, layanan medical check up dan untuk perorangan dan perusahaan, serta perencanaan administrasi pelayanan kesehatan dan pengelolaan medical record untuk karyawan.
- d) Layanan tersebut diatas juga akan diupgrade sesuai dengan kebutuhan konsumen melalui layanan e-care service. Klinik Kimia Farma ke depan dihadirkan oleh perusahaan sebagai suatu solusi total kesehatan.

5. Perdagangan Internasional

PT. Kimia Farma juga telah melakukan ekspansi bisnisnya tidak hanya di tingkat nasional tapi juga mulai memasuki tingkat perdagangan internasional. Produk-produk Kimia Farma yang mencakup produk obat jadi dan sediaan farmasi serta bahan baku obat seperti Iodine dan Quinine telah memasuki pasar dinegara : Eropa, India, Jepang, Taiwan and New Zealand. Produk Jadi dan Kosmetik telah dipasarkan ke Yemen, Korea Selatan, Singapura, Malaysia, Vietnam, Sudan, and Papua New Guinea. Demikian juga untuk produk-produk herbal yang berasal dari bahan alami juga telah dipersiapkan proses registrasinya untuk memasuki pasar baru seperti : Filipina, Myanmar, Pakistan, Uni Emirat Arab, Oman, Bahrain and Bangladesh. Produk Herbal merupakan target utama korporasi untuk periode mendatang mengingat banyaknya peminat dan pembeli

potensial yang telah menunjukkan minat untuk melakukan hubungan bisnis dengan perusahaan.

C. Struktur Organisasi

Dalam kerangka spesialisasi kerja akan ditentukan pekerjaan setiap orang dalam organisasi. Dalam kegiatan ini pimpinan perusahaan akan menentukan jenis-jenis kerja yang harus dilakukan dan menentukan orang yang akan melakukan masing-masing pekerjaan, langkah yang dilakukan dalam merangka spesialisasi kerja (*Job Specialization*) menentukan pembagian kerja. Struktur organisasi perusahaan adalah suatu pola kerangka tetap yang menunjukkan hubungan, tugas, wewenang dan tanggung jawab yang dimiliki oleh masing-masing jabatan. Dengan struktur organisasi yang baik akan tercipta kelancaran dan keberhasilan setiap aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan, mendorong terciptanya kepada peningkatan efisiensi kegiatan usaha merupakan suatu fungsi penting yang perlu dilaksanakan

PT. Kimia Farma Medan memiliki struktur organisasi garis dan staf, dimana Direktur Utama sebagai ketua, membawahi Direktur, General Manager dan Manager. Dengan demikian semua perintah-perintah operasional dari Direktur Utama berjalan menurut garis vertikal dari atas ke bawah melalui tangga-tangga jabatan yang telah ditetapkan. Pimpinan perusahaan dapat berkomunikasi/berinteraksi langsung dengan bawahan, sehingga bawahan dapat melakukan pekerjaannya dengan baik.

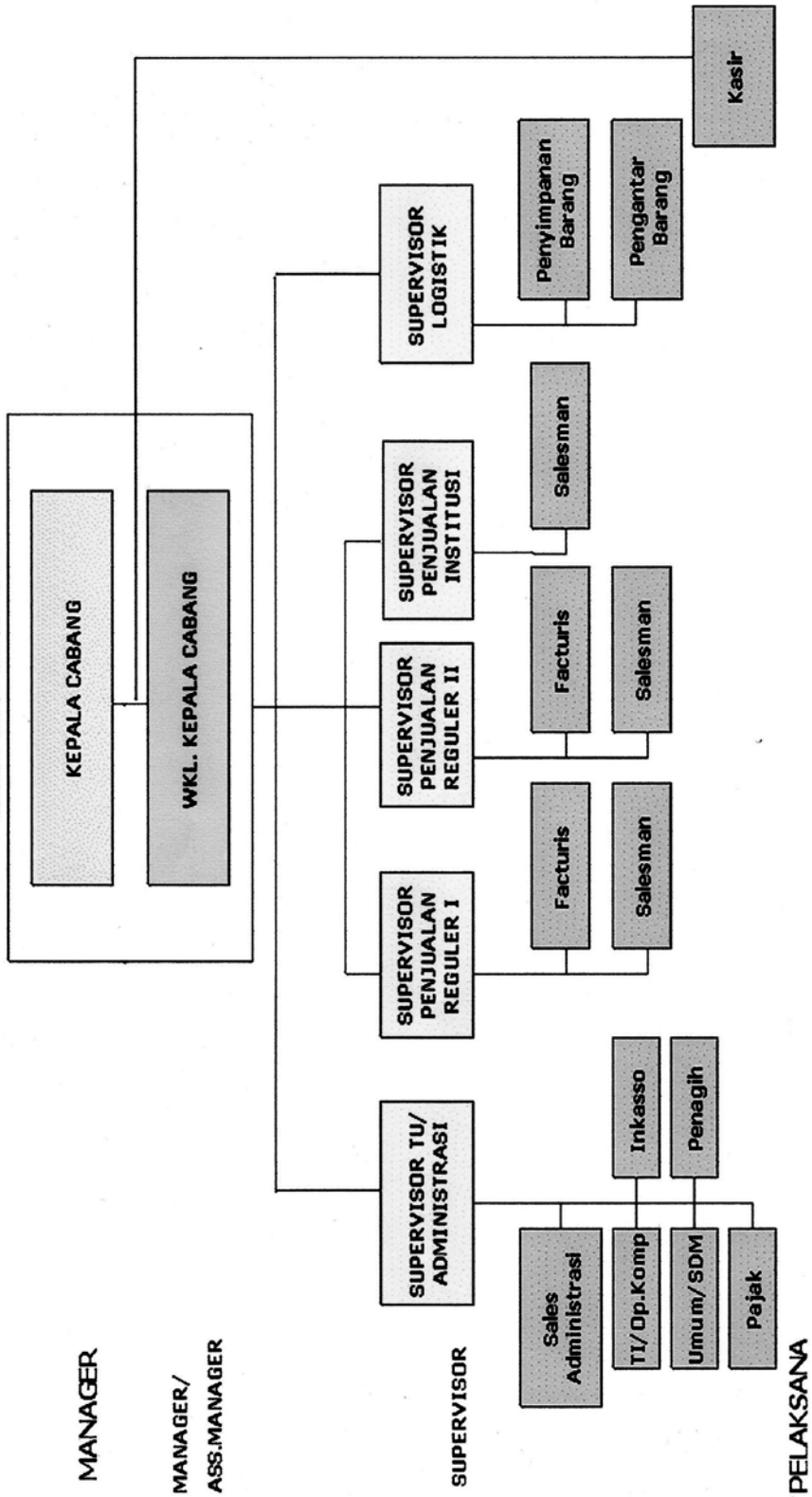
Dalam situasi seperti ini kewajiban dan wewenang masing-masing pegawai pada setiap jenjang jabatan dapat dimengerti dengan mudah oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Setiap jenjang jabatan yang menerima perintah dapat membuat inisiatif agar perintah tersebut dapat dievaluasi pada akhir masa perolehan yang merupakan prestasi kerja si penerima tersebut.

Dengan organisasi garis dan staf ini, jalur pertanggung jawaban kepada atasan juga merupakan garis vertikal yaitu mendapat perintah dari satu orang dan bertanggung jawab kepada satu orang pula. Struktur organisasi yang baik harus mampu berfungsi sebagai alat pengatur maupun pengawas usaha melaksanakan pencapaian tujuan perusahaan.

Adapun struktur organisasi PT kimia Farma (Persero) Tbk TJ-Morawa Medan yang menjadi objek penelitian memiliki struktur organisasi sebagai berikut.



CABANG KELAS I



Sumber : PT Kimia Farma (Persero) Tbk. TJ Morawa-Medan.

Struktur Organisasi
Gambar 2.1

D. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab.

Secara umum setiap jajaran pada struktur organisasi pada PT Kimia Farma (Persero) Tbk TJ-Morawa Medan sebagai berikut :

1. Kepala Cabang.

PT Kimia Farma (Persero) Tbk TJ-Morawa Medan dipimpin oleh seorang kepala cabang dengan tugas pokok sebagai berikut :

- a) Memimpin perusahaan.
- b) Mampu mengurus, mengelolah serta meningkatkan kinerja perusahaan.

2. Wakil Kepala Cabang.

Memiliki Tugas dan Tanggung Jawab sebagai berikut :

- a) Bertanggung jawab penuh dalam melaksanakan tugasnya untuk kepentingan Perseroan dalam mencapai maksud dan tujuannya.
- b) Membawahi langsung Departemen Manajemen Intern I yang mengurus kegiatan intern Perusahaan.

3. Supervisor Tu/ Administrasi

Memiliki Tugas dan Tanggung Jawab sebagai berikut :

- a) Mengatur, mengelola dan melaksanakan administrasi keuangan berdasarkan pedoman dan kebijakan serta prinsip-prinsip keuangan serta bertanggung jawab atas tersusunnya laporan keuangan dan divisi / unit usaha lainnya, menyusun dan memantau anggaran dan pendapatan belanja perusahaan sehingga dapat mengendalikan keuangan secara efektif dan efisien.

b) Tersedianya dana untuk melancarkan kegiatan usaha perusahaan.

4. Supervisor Penjualan Reguler I.

Memiliki Tugas dan Tanggung Jawab sebagai berikut :

- a) Mengemban tugas dalam penjualan produk yang ada.
- b) Merencanakan dan melakukan usaha-usaha untuk meningkatkan pemantauan terhadap pelanggan secara berkesinambungan serta memberikan saran dan masukan baik kepada Direksi maupun kepada Divisi masing-masing dalam rangka lebih mengaktifkan

5. Supervisor Penjualan Reguler II.

Memiliki Tugas dan Tanggung Jawab yang sama dengan supervisor penjualan reguler I yang membedakannya yaitu :

- a) Wilayah pemasaran perusahaan dan sasaran perusahaan dalam penjualan produknya.

6. Supervisor Penjualan Institusi.

Memiliki Tugas dan Tanggung Jawab sebagai berikut :

- a) Melakukan Aktifitas promosi dalam lembaga kesehatan Pemerintah atau Swasta.
- b) Melakukan pemasaran ke lembaga atau institusi kesehatan seperti Rumah Sakit Umum atau Pemerintah.

7. Supervisor Logistik.

Memiliki Tugas dan Tanggung Jawab sebagai berikut :

- a) Melaksanakan pergudangan produk-produk, mengemas barang sedemikian rupa sehingga barang siap untuk dijual ke agen dan konsumen.
- b) Mengantar barang yang telah di pesan baik oleh institusi, lembaga-lembaga kesehatan, dan agen.

8. Kasir.

Memiliki Tugas dan Tanggung Jawab sebagai berikut :

- a) Menerima pembayaran, dan rekapitulasi seluru setoran penjualan ke bagian keuangan.

E. Kinerja Usaha Terkini.

Penilaian faktor-faktor yang digunakan dalam penilaian kinerja usaha terkini merupakan hal yang paling kompleks dan memerlukan pertimbangan yang mendalam dari pihak manajemen. Semakin banyak faktor-faktor yang dinilai maka akan semakin teliti penilaian tersebut, tetapi yang penting adalah faktor-faktor tersebut cukup mewakili persyaratan kerja yang dinilai. Dalam hal ini unsur penilaian perusahaan dibedakan untuk karyawan dan pimpinan. Unsur penilaian karyawan adalah kemampuan kerja, kerajinan, kualitas pekerjaan, produktivitas, kepatuhan kerja, hubungan kerjasama, kepemimpinan dan tanggung jawab. Unsur penilaian untuk pimpinan adalah kesetiaan, disiplin, tanggungjawab, pengetahuan kerja, prestasi kerja, kreativitas, dan kepemimpinan. Syarat-syarat faktor penilaian tersebut adalah memang benar-benar berhubungan dengan pelaksanaan aktivitas tersebut, karena dengan demikian hal ini akan membantu pimpinan atau team

penilai khusus dapat melaksanakan penilaian aktivitas perusahaan dalam kinerja secara benar.

Setiap kegiatan usaha selalu mengharapkan untuk mencapai hasil yang maksimal sesuai dengan yang direncanakan oleh perusahaan. Dengan hal tersebut PT Kimia Farma membuat suatu tindakan-tindakan, bagaimana perusahaan dapat memberikan standart tugas dan tanggung jawab kepada karyawan dalam penjualan produk. Perusahaan mempunyai target dalam penjualan produknya untuk itu diperlukan suatu jalur pendistribusian yang dapat bersaing dengan pesaingnya. Berhasil tidaknya suatu perusahaan bergantung pada keberhasilan bagian jalur pendistribusian dalam meningkatkan penjualan. Tidak terlepas dari bagaimana perusahaan melakukan efektifitas kinerjanya dengan jalur pendistribusian yang digunakan perusahaan.

Adapun kinerja perusahaan terkini dalam memalakukan jalur pendistribusian yaitu perusahaan akan melakukan analisis luas pasar yang dilayani oleh PT Kimia Farma (Persero) Tbk. Bagaimana perusahaan melakukan analisis pemasaran dalam daerah dan luar daerah agar produknya dapat melesat dengan agregat penjualan yang baik di banding pesaingnya dengan data penjualan rata-rata. Kemudian perusahaan akan melakukan anggaran penjualan alat-alat kesehatan dengan tujuan melakuka proyek teknis daripada permintaan pelanggan potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi. Kemudia perusahaan akan melakukan politik harga dalam anggaran penjualan kapas dan kasa.

Tabel 2.1
PT KIMIA FARMA (PERSERO) Tbk
CATATAN ATAS LAPORAN PENJUALAN DUA BARANG
PERIODE 31 DESEMBER 2006 DAN 31 DESEMBER 2008

Tahun	Obat Generik		Obat OTC (<i>Over The Counter</i>)	
	Pack	Harga/ pack	Pack	Harga/ pack
2006	15.700	3.400	22.800	5.000
2007	16.900	3.500	23.100	5.400
2008	18.300	3.700	25.000	5.600

Sumber : PT KIMIA FARMA (PERSERO) Tbk.

F. Rencana Kegiatan.

Untuk mencapai tujuan perusahaan, Menjadi Perusahaan Pelayanan Kesehatan (*Health Care Company*) Utama di Indonesia Yang Berdaya Saing Global. Perusahaan dapat melaksanakan rencana kegiatan usaha sebagai berikut :

1. Mengadakan, menghasilkan, mengolah bahan kimia farmasi, biologi dan lainnya yang diperlukan guna pembuatan persediaan farmasi, kontrasepsi, kosmetika, obat tradisional, alat kesehatan, produk makanan/minuman dan produk lainnya termasuk bidang perkebunan dan pertambangan yang ada hubungannya dengan produksi di atas bagaimana perusahaan melakukan upaya peningkatan penjualan dengan menggunakan jalur pendistribusian secara efektif dan efisien .

2. Memproduksi pengemas dan bahan pengemas, mesin dan peralatan serta sarana pendukung lainnya, baik yang berkait dengan industri farmasi maupun industri lainnya.
3. Menyelenggarakan kegiatan pemasaran, perdagangan, dan distribusi dari hasil produksi seperti di atas, baik hasil produksi sendiri maupun hasil produksi pihak ketiga, termasuk barang umum, baik di dalam maupun di luar negeri, serta kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan usaha Perusahaan.
4. Melakukan usaha bidang jasa, baik yang ada hubungannya dengan kegiatan usaha Perusahaan maupun jasa, upaya dan sarana pemeliharaan dan pelayanan kesehatan pada umumnya termasuk jasa konsultasi kesehatan.
5. Menyelenggarakan jasa penunjang lainnya termasuk pendidikan, penelitian dan pengembangan sejalan dengan maksud dan tujuan Perusahaan, baik yang dilakukan sendiri maupun kerjasama dengan pihak lain.