

SOHO Insight

Internal Magazine

SPECIAL EDITION COVID-19

PROFILE:

**SYLVIA A. RIZAL
& DR. RAPHAEL ASWIN**

STRATEGI IMBOOST MERACIK
PASAR SUPLEMEN KESEHATAN

HIGHLIGHT:

DISKUSI DARING IMBOOST:
TINGKATKAN IMUNITAS UNTUK
JALANI NEW NORMAL



Penasihat Umum

Rogelio C. La O' Jr.

Pemimpin Umum

Piero Brambati

Redaktur Pelaksana

Yuly Indarto

Bernd Tse

Desainer Grafis

Dinda Dwi M

Kontributor

Dian Rahayu

Inge Fatwana

Ika Puspita

Poppy Arifin

Rosalia Suryaningtyas

Carolina Suaranto

Erlin Nurlia

Patricia Amanda

Anang Efendi

Neni Yulina

Alamat Redaksi

Jl. Rawa Sumur II Kav BB no.3

Kawasan Industri Pulogadung

Kel. Jatinegara, Kec. Cakung,

Jakarta Timur, INDONESIA

Phone: +6221 2985 8888/8899

Fax: +6221 2985 8800

www.sohoglobalhealth.com

SOHO Insight diterbitkan untuk internal karyawan SOHO Global Health. Redaksi menerima kiriman tulisan dan foto dari seluruh karyawan SOHO Global Health yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Tulisan dapat berisi sharing pengalaman, ide, atau artikel yang berisi inspirasi dan penambah wawasan. Foto atau tulisan dikirimkan melalui e-mail berikut:

public.relations@sohoglobalhealth.com

- Naskah dikirim dalam bentuk softcopy atau hardcopy, diketik dengan font Arial, size 11, spasi 1,5.
- Naskah tulisan tidak mengandung unsur Suku, Agama, Ras dan Antargolongan (SARA).
- Naskah hasil saduran atau terjemahan harus mencantumkan sumber tulisan.

Redaksi berhak mengedit naskah yang dimuat tanpa bermaksud mengubah makna tulisan.

Kontributor yang naskahnya dimuat akan mendapatkan bingkisan menarik.

PURPOSE

Menjunjung kepedulian terhadap kehidupan manusia sebagai prioritas kami yang tertinggi.

To hold the care of human life as our highest priority.

VISION

Menjadi pemimpin di bidang layanan kesehatan dan penyedia terkemuka untuk produk-produk farmasi berbahan alami yang inovatif. Kami adalah perusahaan yang menghargai kesejahteraan masyarakat dan memperkenalkan gaya hidup yang sehat dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial.

To be a healthcare leader and the preeminent provider of innovative natural pharmaceutical products. We are a company that values the well-being of the community and promotes a healthy lifestyle in a socially responsible way.

CORE VALUES



Integritas Mutlak
Absolute Integrity



Saling Menghormati
Mutual Respect



Semangat untuk Berinovasi
Passion for Innovation



Budaya Disiplin
Culture of Discipline

DAFTAR ISI

04 | *Greeting from CEO*

HIGHLIGHT

- 06 | Siaran Pers - Penawaran Umum Perdana Saham PT SOHO Global Health Tbk (SOHO)
- 10 | Forum Diskusi "Cegah Virus Corona Dengan Perkuat Sistem Kekebalan Tubuh"
- 16 | Diskusi Daring Imboost: Tingkatkan Imunitas untuk Jalani *New Normal*

PROFILE

- 20 | Strategi Imboost Meracik Pasar Suplemen Kesehatan

TIPS

- 26 | Bersiap Menjalani *New Normal*
- 32 | Inovasi Sederhana tapi Kreatif dan Bermakna di Kala Pandemi

HIGHLIGHT

- 34 | Iklan Imboost Lozenges Terbaru
- 36 | *PPG Goes Digital*
- 38 | Peresmian Gudang dan Kantor Baru PPG Denpasar

CULTURE

- 42 | Membangun Harmonisasi Individu dengan Lingkungan Kerja
- 44 | *Metamorphosis Competition*



52

IMBOOST AJAK MASYARAKAT BERPARTISIPASI MELAWAN CORONA SECARA DARING



06

SIARAN PERS - PENAWARAN UMUM PERDANA SAHAM PT SOHO GLOBAL HEALTH TBK (SOHO)



FORUM DISKUSI "CEGAH VIRUS CORONA DENGAN PERKUAT SISTEM KEKEBALAN TUBUH"

10

CSR

- 46 | Setiap Anak Bisa Jadi Bintang: SGH Dukung Kegiatan Pakars Mengajar
- 50 | SOHO Serahkan Donasi Produk Imboost Force
- 52 | Solidaritas Imboost Care
- 56 | Solidaritas Curcuma Care
- 60 | Galeri Foto CSR: Curcuma Care

EVENT

- 62 | 2019 *Supply & Operations Town Hall Meeting*
- 65 | *POA Professional Products 2020*
- 69 | *Region Meeting Consumer Health 2020*
- 72 | *Branch Manager Meeting PPG 2020*
- 76 | MUSNIK XII Federasi Serikat Pekerja

KULINER

- 78 | Bakso Viral Antri sampe 3 Jam

BERADAPTASI DENGAN NORMAL BARU

ADAPTING TO THE NEW NORMAL



Rogelio C. La O' Jr.
President Director
SOHO Global Health

Saat saya menulis ini, kita semua belajar untuk beradaptasi dengan Normal Baru.

Sebagaimana kita tahu, *New Normal* bukan berarti semua sudah kembali normal. *New Normal* sebetulnya adalah "*New Norms*", situasi dimana kita harus membiasakan dengan kebiasaan-kebiasaan baru, seperti pakai masker dengan benar, hindari kerumunan, biasakan mencuci tangan, dan lain-lain. Ini penting karena situasi umum masih jauh dari aman dan COVID-19 masih dan akan terus bersama kita untuk sementara waktu.

Di tengah situasi ini, kita harus menyeimbangkan kepentingan mendasar untuk **safety first** dan kebutuhan utama untuk menjaga konsistensi **kinerja bisnis**. Produktifitas dan kreatifitas adalah kuncinya, tentunya direkatkan oleh integritas, *value* yang telah menjadi budaya seluruh keluarga besar SGH.

Karena dunia beradaptasi dengan "Normal Baru" sehubungan dengan COVID-19, kita juga perlu mengambil langkah proaktif untuk menerapkan strategi virtual dan aktivitas operasional yang disesuaikan untuk memastikan keterlibatan dan interaksi pelanggan yang berkelanjutan, dengan cara yang aman dan efektif bagi para praktisi dan konsumen layanan kesehatan. Ini adalah "Normal Baru" kita.

Sementara lingkungan kita telah berubah dan masih akan terus berubah, tujuan kita tidak berubah — Menjunjung kepedulian terhadap kehidupan manusia sebagai prioritas yang tertinggi — memungkinkan kita memberikan layanan yang lebih baik, dengan biaya lebih rendah, untuk menghasilkan kepuasan dan pengalaman pasien / pelanggan yang lebih baik.

Tetaplah aman di luar sana!

As I write this, we are all learning to adapt to the New Normal.

As we know, New Normal does not mean back to normal. New Normal are actually "New Norms", a situation where we have to get used to new habits, such as wearing a mask properly, avoiding crowds, washing hands frequently, among others. This is important because the general situation is still far from safe and COVID-19 is and will continue to be with us for a while.

Amidst this uncertain situation, we must balance the underlying need of **safety first** and to maintain consistency of **business performance**. Productivity and creativity are key, glued by integrity, a value that has become a culture of the whole SGH family.

As the world adapts to a New Normal with COVID-19, we need to take proactive steps to implement a virtual and recalibrated operating strategy that ensures continued

customer engagement and interaction, in a safe and effective manner with healthcare practitioners and consumers. This is our New Normal.

While our operating environment has evolved and continues to do so, our purpose remain unchanged — to hold the care of human life as our highest priority — allowing us to deliver better care, at lower costs, with improved patient/customers experience and outcomes.

Stay safe out there!

Sincerely,

Rogelio C. La O' Jr. (Cooley)



PENCATATAN PERDANA SAHAM PT SOHO Global Health Tbk

BURSA EFEK INDONESIA - SELASA 8 SEPTEMBER 2020



Penjamin Pelaksana Emisi Efek
INDOPREMIER



Yuk Nabung Saham SOHO



SIARAN PERS - PENAWARAN UMUM PERDANA SAHAM PT SOHO GLOBAL HEALTH TBK (SOHO)

PRESS RELEASE – INITIAL PUBLIC OFFERING PT SOHO GLOBAL HEALTH TBK (SOHO)

PT Soho Global Health Tbk (kode saham: SOHO), perusahaan nasional terkemuka di bidang kesehatan yang memiliki sejarah lebih dari 70 tahun di Indonesia, hari ini melakukan pencatatan perdana saham (IPO) di Bursa Efek Indonesia dan menjadi emiten ke-42 tahun ini atau ke-705 dari total emiten.

SOHO menetapkan harga penawaran sebesar Rp1.820 per saham dan telah melalui proses penawaran umum pada 2 - 3 September 2020. Jumlah saham yang dilepas sebanyak 114.380.700 saham atau setara 13,78% dari modal ditempatkan dan disetor Perseroan setelah pelaksanaan Penawaran Umum Perdana Saham Perseroan.

Presiden Direktur dan *Chief Executive Officer* SOHO, Rogelio Paulino Jr La' O (Cooley), mengatakan, IPO merupakan langkah strategis bagi SOHO untuk memperkuat posisi SOHO di sektor farmasi dan kesehatan di Indonesia. Oleh karena itu, seluruh dana hasil IPO akan digunakan SOHO untuk memperkuat bisnis distribusi yang merupakan aset strategis SOHO serta penggerak segmen-segmen bisnis lainnya dalam SOHO.

"Kami sangat senang telah berhasil menyelesaikan IPO Perseroan. Kami berkomitmen untuk mengambil langkah proaktif untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dengan menghadirkan lebih banyak produk dan layanan bagi pasien dan pelanggan, dan terus mengupayakan solusi kesehatan yang lebih baik. Sehingga bersama-sama mewujudkan Indonesia yang Lebih Sehat sekaligus tetap berkomitmen untuk secara konsisten memberikan nilai tambah bagi seluruh pemegang saham kami".

Cooley menambahkan, SOHO telah mencatatkan pertumbuhan penjualan di atas 10% selama 3 tahun terakhir, dan mencapai kenaikan 40,7% untuk penjualan selama 6 bulan pertama tahun 2020.

Hal ini tidak terlepas dari kemampuan dan kehandalan SOHO untuk mengeksekusi strategi bisnis dan menghadapi tantangan dalam lingkungan bisnis yang *volatile* dan berubah dengan cepat. SOHO juga merupakan salah satu dari sedikit perusahaan nasional di Indonesia yang senantiasa mempertahankan standar tata kelola global.

"Didorong oleh kehandalan R&D dan pengertian yang mendalam mengenai industri kesehatan di Indonesia, kami terus menghadirkan inovasi untuk membawa produk baru ke pasar. Merek unggulan kami, Imboost, adalah salah satu contoh merek yang sangat sukses terutama dalam kategori daya tahan tubuh. Imboost adalah salah satu merek paling bernilai di industri farmasi dalam hal pendapatan dan telah tumbuh rata-rata 25% setiap tahun selama tujuh tahun terakhir. Pertengahan tahun 2020, karena konsumen yang dilayani berada dalam kondisi waspada pandemi, Imboost telah tumbuh lebih dari 100%," tambah Cooley.

Director, Head of Investment Banking, PT Indo Premier Sekuritas, Rayendra L. Tobing, menjelaskan, bersamaan dengan penawaran umum perdana saham ini, SOHO juga akan menerbitkan saham baru dalam rangka pelaksanaan *Management Incentive Program*, konversi waran dan konversi *convertible notes*. Sehingga secara keseluruhan saham yang akan dikeluarkan SOHO sebanyak 553.290.122 saham. SOHO akan memiliki kapitalisasi pasar sebesar Rp2,3 triliun.

Rayendra mengatakan, industri farmasi di Indonesia memiliki potensi pertumbuhan yang sangat besar didukung dengan prospek pertumbuhan ekonomi yang stabil, profil demografi yang mendukung dan dukungan Pemerintah dalam pengembangan industri. Seiring dengan adanya pandemi COVID-19, permintaan terhadap produk dan layanan kesehatan meningkat secara pesat di seluruh dunia dan tidak terkecuali di Indonesia.



Dengan belum tersedianya vaksin yang melindungi dari virus COVID-19, muncul peningkatan kesadaran masyarakat untuk menjaga kesehatan, termasuk permintaan untuk produk-produk yang ditawarkan oleh SOHO.

P PT Soho Global Health Tbk (ticker code: SOHO), a leading national company in the healthcare sector with a history of more than 70 years in Indonesia, today made an Initial Public Listing (IPO) on Indonesia Stock Exchange and became the 42nd listed company this year or the 705th of total listed companies.

SOHO has set an offering price of Rp1,820 per share and has gone through the public offering process on September 2 – 3, 2020. The number of shares offered was 114,380,700 shares or 13.78% of total issued and paid-up capital of the Company after Initial Public Offering.

SOHO President Director and Chief Executive Officer, Rogelio Paulino Jr La 'O (Cooley), said that the IPO was a significant milestone for SOHO to strengthen its position in the pharmaceutical and healthcare sector in Indonesia. Therefore, all proceeds from the IPO will be used by SOHO to strengthen its distribution business, the strategic asset for SOHO as well as the enabler for SOHO's other business segments.

"We are very pleased to have successfully completed the Company's IPO. We are committed to continue to take aggressive proactive steps to deliver better on the needs of consumers, with more products that urgently serve patients and customers, and that they deliver better health outcomes. Together, thereby create a Healthier Indonesia at the same time remain committed to consistently generate value for all our shareholders".



Cooley added, SOHO has recorded sales growth of over 10% for the past 3 years, and achieved a 40.7% increase in sales during the first 6 months of 2020. These achievements have proven SOHO's ability and reliability to execute business strategies and face challenges in a volatile and rapidly changing business environment. SOHO is also one of the few national companies in Indonesia that consistently maintains a global standard of good corporate governance.

"Driven by reliable R&D and a deep understanding of the healthcare industry in Indonesia, we continue to innovate to bring new products to market. Our flagship brand, Imboost, is one hugely successful example in the immunity segment. Imboost is ranked among the most valuable brands in the pharmaceutical industry in terms of revenue and has been growing by an average of 25% each year for the past seven years. Mid-year 2020, because of the consumer it serves under the current pandemic, Imboost has grown by more than 100%," added Cooley.

Director, Head of Investment Banking, PT Indo Premier Sekuritas, Rayendra L. Tobing, explained that along with this Initial Public Offering, SOHO will also issue new shares in the context of implementing the Management Incentive Program, warrants conversion and convertible notes conversion. In overall, SOHO will issue 553,290,122 shares with market capitalization of IDR 2.3 trillion.

Rayendra said that the pharmaceutical industry in Indonesia has enormous growth potential supported by stable economic growth, a supportive demographic profile and government support in developing the industry. Along with the COVID-19 pandemic, the demand for healthcare products and services has increased rapidly around the world, including Indonesia. In the absence of a vaccine that protects against the COVID-19 virus, there has been an increased public awareness to maintaining good health, including the demand for products offered by SOHO.

FORUM DISKUSI CEGAH VIRUS CORONA DENGAN PERKUAT SISTEM KEKEBALAN TUBUH

Jakarta, 19 Februari 2020



Prof. DR. dr. Iris Rengganis, SpPD-KAI



DR. dr. Erlina Burhan, MSc, SpP (K)



Prof. DR. dr. Bambang Supriyatno, SpA (K)



DR. Raphael Aswin, MSI

HIGHLIGHT

FORUM DISKUSI “CEGAH VIRUS CORONA DENGAN PERKUAT SISTEM KEKEBALAN TUBUH”

*Discussion Forum “Prevent Corona Virus
by Increasing Immune System”*

Penyebaran virus corona tipe baru atau COVID 19 terus bertambah. Korban tewas akibat epidemi virus corona terus meningkat, pada Jum’at (18/2/2020) jumlah total kematian di China menjadi setidaknya 1.873 orang dan jumlah total kasus yang dikonfirmasi naik menjadi 73.332. Sebagian besar kematian yang baru dilaporkan, 94, terjadi di Provinsi Hubei, tempat wabah pertama kali ditemukan. Ada 454 kasus virus corona di 24 negara selain China.

Saat ini belum tercatat adanya korban virus corona di Indonesia. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengatakan, Indonesia harus berbuat lebih banyak untuk mempersiapkan kemungkinan wabah Virus Corona. WHO berharap, Indonesia bisa meningkatkan pengawasan, deteksi kasus, dan persiapan di fasilitas kesehatan yang ditunjuk jika wabah tiba.

Dr Erlina Burhan, M.Sc, SpP (K), Konsultan Paru Sub Infeksi RSUP Persahabatan mengatakan masyarakat tidak perlu panik, karena virus corona hanya menular bila terjadi kontak langsung dengan orang yang sudah lebih dulu mengidap corona. Virus corona menyebar dari manusia ke manusia lewat batuk, bersin, atau kontak dekat. Namun bila seseorang memiliki antibodi yang kuat, maka virus corona tidak bisa melumpuhkan tubuh.

Dr Erlina juga menganjurkan untuk menjaga pola hidup bersih khusus pada kondisi saat ini. Menjaga kebersihan seperti rutin mencuci tangan dapat mengurangi risiko penyebaran virus hingga 37%. Dr Erlina menganjurkan untuk melakukan cuci tangan selama 20 detik dengan rutin sebelum memegang mulut, hidung, mata serta setelah memegang instalasi publik; menutup mulut dan hidung dengan masker atau tisu ketika bersin atau batuk; dan rutin membersihkan diri setiap habis bepergian.

Kajian terkini mengenai wabah virus baru corona dilansir *Journal of the American Medical Association* yang merujuk pada analisis pasien-pasien di Rumah Sakit Jinyintan di Wuhan, menemukan bahwa setengah dari semua orang yang tertular virus baru corona berusia 40 hingga 59 tahun. Hanya 10% di antara para pasien yang lebih muda dari 39 tahun. Namun bukan berarti corona tidak bisa menyerang anak-anak.

Prof. dr. Bambang Supriyatno, SpA (K), Konsultan Respi Anak di RSCM menjelaskan anak-anak justru menjadi objek yang rentan terserang virus. Alasannya, sistem imunitas pada bayi dan anak masih belajar mengenali dan melindungi tubuh dari kuman yang masuk. Sedangkan pada anak remaja dan orang dewasa, sistem imunitas tubuhnya sudah langsung mengenali jenis kuman dan segera menyerangnya begitu kuman masuk ke dalam tubuh.

Sistem imun memang menjadi pelindung vital bagi tubuh untuk dapat melawan penyakit. Menurut **Prof. Dr. dr. Iris Rengganis, Sp.PD-KAI**, tubuh memiliki sistem imun atau sistem pertahanan, sebagai mekanisme alami untuk melawan ancaman dari masuknya benda asing dari luar, seperti virus, bakteri, jamur. Sistem imun adalah semua mekanisme tubuh untuk mempertahankan keutuhannya terhadap bahaya baik yang berasal dari dalam tubuh maupun luar tubuh. Bila daya tahan tubuh lemah, maka benda asing akan mudah masuk, sehingga menyebabkan terkena infeksi dan muncul beberapa gejala misalnya bersin, demam dan lainnya. Apalagi kondisi saat ini, dimana virus corona mudah menyebar dan belum ditemukan vaksin untuk virus corona. Pada kasus seperti ini, jalan terbaik yang bisa dilakukan adalah memperkuat antibodi.





“Jadi makanan yang bernutrisi itu penting untuk menjaga daya tahan tubuh. Apabila seseorang tidak sempat makan makanan yang bergizi komplet, maka dapat dianjurkan untuk mengkonsumsi suplemen atau imunostimulan. Pada kondisi dimana risiko paparan terhadap infeksi virus sangat tinggi, maka imunostimulan dapat ditambahkan di samping pencegahan lainnya. Imunostimulan dapat dikonsumsi dalam durasi tertentu sampai risiko paparan virus menurun dan sebaiknya dikonsumsi sebelum seseorang terinfeksi suatu penyakit, karena imunostimulan membutuhkan waktu untuk merangsang sistem imun,” ungkap Prof Iris.

DR. Raphael Aswin, MSi, VP Research & Development SOHO Global Health menjelaskan imunostimulan yang baik mengandung *Echinacea pupurea extract* dan *zinc picolinate*. Kandungan *Echinacea pupurea extract* telah terbukti secara klinis dapat memodulasi sistem daya tahan tubuh dan mencegah penyebaran infeksi lebih lanjut. Sementara *zinc picolinate* berperan aktif dan bekerja sinergis pada sistem daya tahan tubuh.

“Sebagai produsen dari Imboost yang merupakan *market leader* suplemen daya tahan tubuh di Indonesia, dan Imboost Force adalah suplemen imunostimulan yang paling direkomendasi dokter*, kami memiliki tanggung jawab sosial untuk turut menjaga kesehatan masyarakat. Melalui Forum Diskusi dengan menghadirkan *expert speaker* ini kami berharap informasi yang *scientific* dan obyektif ini bisa membantu menenangkan masyarakat dan bersama melawan ancaman virus corona dengan daya tahan tubuh yang kuat. Imboost dan Imboost Force sebagai imunostimulan dapat menjadi pilihan suplemen terbaik untuk memperkuat daya tahan tubuh,” ungkap **VP Marketing Healthcare SOHO Global Health, Sylvia Rizal**.

*Berdasarkan data IMS Q2- 2019

“Masyarakat tidak perlu panik, karena virus corona hanya menular bila terjadi kontak langsung dengan orang yang sudah lebih dulu mengidap corona”

The spread of the new type of corona virus or COVID-19 continues to grow. The death toll due to the coronavirus epidemic continues to increase, on Friday (2/18/2020) the total number of deaths in China reached at least 1,873 people and the total number of confirmed cases rose to 73,332. The 94 new reported deaths, mostly from the hard-hit Hubei Province, where the outbreak was first discovered. The confirmed infection cases have climbed to 454 cases outside China in 24 countries.

As of now, there are no reported cases of coronavirus in Indonesia. The World Health Organization (WHO) said Indonesia must be better prepared for the possibility of coronavirus spread. WHO hopes that Indonesia can improve supervision, case detection and preparation at designated health facilities if the outbreak spread.

Dr. Erlina Burhan, M.Sc, SpP (K), Consultant of Lung Sub-Infection at Central Hospital Persahabatan, said that people should not need to panic, because coronavirus can only transmitted via direct contact with people who have infected. The coronavirus spreads from human to human through coughing, sneezing, or close contact. But if someone has strong antibodies, the coronavirus cannot attack the body.

Dr. Erlina also advised everyone to maintain a clean lifestyle specifically in these conditions. Maintaining cleanliness such as washing hands can reduce the risk of spreading the virus by up to 37% as Dr. Erlina recommended washing hands for 20 seconds routinely before touching mouth, nose, eyes and after having contact with public installations; cover mouth and nose with a mask or tissue when sneezing or coughing; and cleaning body after having trip.





A recent study of the new coronavirus outbreak was reported by the Journal of the American Medical Association which referred to the analysis of patients at the Jinyintan Hospital in Wuhan, showing that half of all people infected with the new coronavirus were aged 40 to 59 years. Only 10% among patients younger than 39 years. But that does not mean children cannot be infected by coronavirus. **Prof. dr. Bambang Supriyatno, SpA (K), Consultant of Children's Respiratory at RSCM** explained that children actually become vulnerable to any virus because immune system in infants and children are still in development stage as they learn to recognize and protect the body from germs. Whereas in adolescents and adults, the body's immune system has immediately recognized the type of germ and immediately safeguarded body from germs.

The immune system is indeed a vital protector for the body to fight against disease. According to **Prof. Dr. dr. Iris Rengganis, Sp.PD-KAI**, the body has an immune system or defense system, as a natural mechanism to fight against threat of foreign objects, such as viruses, bacteria, fungi. The immune system is body's mechanisms to maintain self from danger from both inside and outside the body. When the immune system is weak, then foreign objects will easily enter, causing infection and symptoms such as sneezing, fever and others. Moreover, in current conditions, where coronavirus is easily spread and no vaccine has been found. In cases like this, the best way to prevent self from infection is to strengthen the antibody.



WASPADA VIRUS CORONA

**Tingkatkan
Daya Tahan Tubuh**



#CepatMelindungi

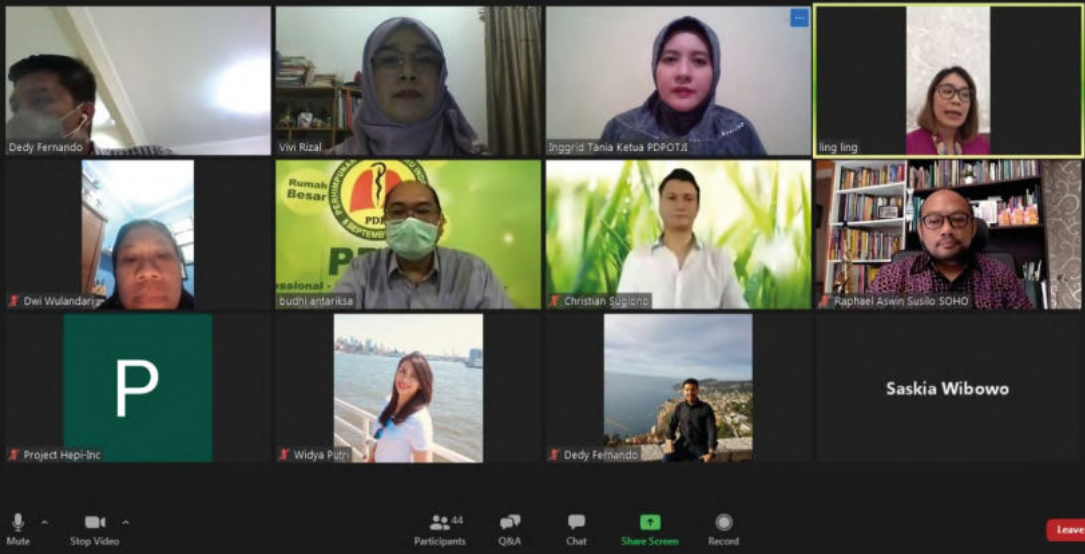
"Nutritious food is important to maintain body defense. If someone does not have time to eat nutritious food, it is recommended to consume supplements or immunostimulants. In conditions where the risk of exposure to virus infections is very high, immunostimulants can be added in addition to other precautions.

Immunostimulants can be consumed in a certain duration until the risk of exposure to the virus decreases and should be consumed before someone is infected with a disease, because immunostimulants need time to stimulate the immune system," said Prof. Iris.

DR. Raphael Aswin, MSi, VP Research & Development SOHO Global Health explained that good immunostimulants contain both Echinacea pupurea extract and zinc picolinate. The content of Echinacea purpurea extract has been clinically proven to modulate the immune system and prevent the spread of further infections. While zinc picolinate plays an active role and works synergistically on the immune system.

"As the producer of Imboost which is the market leader of body defense supplements in Indonesia, and Imboost Force is the immunostimulant supplement that is most recommended by doctors *, we have a social responsibility for public health. Through this Discussion Forum with expert speakers we hope that this scientific and objective information can help calm the public and fight the threat of corona virus with strong immune system. Imboost and Imboost Force as immunostimulants can be the best supplement choice for strengthening immune system," said **VP Marketing Healthcare SOHO Global Health, Sylvia Rizal.**

* Based on IMS Q2-2019



DISKUSI DARING IMBOOST: TINGKATKAN IMUNITAS UNTUK JALANI NEW NORMAL

Imboost Webinar: Increase Immunity to Live the New Normal

Setelah hampir 3 bulan diberlakukan, akhirnya PSBB (pembatasan sosial berskala besar) pun diperlonggar oleh pemerintah di awal Juni 2020. Apakah Indonesia sudah menang lawan Covid-19? Jika melihat grafiknya yang masih konsisten belum mau *slowing down* sampai dengan Juli ini, tampaknya tekanan ekonomi yang membuat Pemerintah mengambil kebijakan melonggarkan PSBB ini.

Kebijakan melonggarkan PSBB bisa menjadi paling kritikal. Saat penyebaran Covid-19 belum melemah, tapi masyarakat sudah beraktivitas di luar rumah, di mana orang harus berhadapan langsung dengan potensi penyebaran virus.

Walaupun Pemerintah dan juga segenap *stakeholder* terus menggaungkan protokol kesehatan dengan disiplin, antara lain, dengan menggunakan masker, menjaga jarak, dan mencuci tangan. Sayangnya, protokol kesehatan yang seharusnya dilakukan tersebut kadang diabaikan ketika PSBB diperlonggar. Hal itu ditandai dengan terlihatnya kerumunan orang di sejumlah tempat, seperti di pasar, kendaraan umum, hingga layanan umum, dimana beberapa orang memilih tidak menggunakan masker. Mungkin saja, diantara orang tersebut, sudah terinfeksi tapi orang tanpa gejala (OTG).



foto dari instagram imboost.id

Melalui diskusi daring (webinar) yang diprakarsai Imboost pada tanggal 9 Juli 2020 dengan tema **“Menyiapkan Kehidupan New Normal dengan Meningkatkan Daya Tahan Tubuh”**, SOHO Global Health kembali mengingatkan apa saja yang penting dilakukan masyarakat dalam menjalani *new normal* dengan menghadirkan para pakar kesehatan untuk berdiskusi secara virtual.

Dr. Budhi Antariksa Ph.(D), Sp. P (K), Departemen Pulmonologi dan Ilmu Kedokteran Respirasi FKUI dan RS Persahabatan mengatakan yang paling penting dalam kondisi saat ini adalah taati protokol kesehatan. “Secara nyata, begitu PSBB diperlonggar, jumlah kasus positif malah naik. Artinya, virus memang bermutasi makin banyak,” paparnya. Sehingga, meningkatkan daya tahan jadi penting pada kondisi saat ini. Daya tahan tubuh itu hubungannya erat dengan asupan dan makanan-makanan yang bergizi, dan pola istirahat. Menurut Dr.Budhi suplemen seperti imunomodulator dan multivitamin masih tetap diperlukan karena kita masih belum tahu virusnya ini akan

sampai kapan. Begitu pula penemuan vaksin.

DR (Cand) dr. Ingrid Tania, M.Si., Ketua Umum Perkumpulan Dokter Pengembang Obat Tradisional dan Jamu Indonesia (PDPOTJI) mengatakan di era *new normal*, orang sudah mulai beraktivitas, meskipun aktivitasnya dibatasi. Akan tetapi, aktivitas bekerja sudah berlangsung, sehingga dibutuhkan daya tahan tubuh yang kuat. “Dengan kondisi aktivitas yang padat di era *new normal*, dibutuhkan ekstra peningkatan daya tahan tubuh. Sebab, tubuh memang memerlukan tambahan suplemen dari luar. Salah satunya suplemen imunomodulator,” tukas dr. Ingrid.

Dr Ingrid menjelaskan, Imunomodulator bisa dari substansi yang natural atau substansi yang sintetik. Kalau ingin mendapatkan perlindungan imun yang maksimal atau komplet, kita perlu mengonsumsi keduanya, baik imunomodulator yang natural contohnya *Echinacea* maupun yang sintetik.

"Contoh yang sintetis itu misalnya vitamin C, vitamin D. Kemudian, yang dari bahan natural, tentu saja akan lebih bagus, karena lebih *friendly* diterima oleh tubuh kita. Sehingga, kita berharap lebih mudah diabsorpsi," katanya.

Bintang film dan ayah dua anak Christian Sugiono selama ini mengaku sudah sejak lima tahun lalu mengonsumsi Imboost. Pemilihan Imboost sebagai suplemen karena baik untuk dikonsumsi setiap hari, agar dapat selalu bekerja dengan baik tanpa khawatir drop atau jatuh sakit. "Badan saya terasa lebih kuat dan tahan penyakit meskipun melakukan kegiatan yang melelahkan," ujar pria yang menyukai *travelling* ini. Christian bahkan menegaskan bahwa saat ini mengonsumsi suplemen guna meningkatkan daya tahan tubuh merupakan kebutuhan pokok dalam menghadapi *new normal*.

Dr. Raphael Aswin Susilowidodo, M.Si, VP Research & Development and Regulatory SOHO Global Health mengatakan imunomodulator yang baik mengandung ekstrak *Echinacea pupurea* dan *zinc picolinate*.

Kandungan ekstrak *Echinacea pupurea* telah terbukti secara klinis dapat memodulasi atau mengatur sistem daya tahan tubuh dan mencegah penyebaran infeksi lebih lanjut. Sementara *zinc picolinate* berperan aktif dan bekerja sinergis pada sistem imun tubuh.

IMBOOST merupakan produk immuno-modulator dari bahan natural yang berfungsi memodulasi sistem imun tubuh dari SOHO Global Health yang mengandung ekstrak *Echinacea pupurea* dan *zinc picolinate*. Selain itu terdapat juga IMBOOST Force yang mempunyai kekuatan lebih dalam imunomodulator karena terdapat tambahan kandungan ekstrak *Black Elderberry* yang dapat mencegah replikasi virus serta memodulasi peningkatan sistem imun tubuh.

Saat ini produk – produk IMBOOST terdiri dari berbagai macam sediaan yaitu IMBOOST Tablet, IMBOOST Force Kaplet, IMBOOST Force ES Kaplet, IMBOOST Force Cough, IMBOOST Kids Syrup, IMBOOST Force Kids Syrup, IMBOOST Tablet Hisap, IMBOOST Effervescent dan juga IMBOOST Lozenges.

After almost 3 months of being enforced, the government finally relaxed the PSBB (large-scale social restrictions) in early June 2020. Has Indonesia won against Covid-19? If you look at the graph of new cases daily, which is still consistent and not even slowing down until this July, it seems that economic pressure has prompted the Government to take the policy of loosening the restriction.

The policy of loosening the restriction could be the most critical. At the time when the spread of Covid-19 had not slowed down, people were already active outside home, where people had to deal directly with the potential spread of the virus.

Although the Government and also all stakeholders continue to remind people about health protocols with discipline, among others, by wearing masks, maintaining distance, and washing hands. Unfortunately, this supposed health protocol was sometimes ignored when the restriction was relaxed. This was marked by the sight of crowds of people in a number of places, such as in markets, public transportation, to public services, where some people chose not to wear masks. It is possible, among these people, already infected covid-19 as carrier without symptoms.

Through a webinar initiated by Imboost on July 9, 2020 with the theme "**Preparing for a New Normal by Increasing Immune System**", SOHO Global Health again reminded what is important for people to do in undergoing a new normal by bringing health experts to discuss virtually.

Dr. Budhi Antariksa Ph. (D), Sp. P (K), Department of Pulmonology and Respiration Medicine, FKUI and Persahabatan Hospital, said the most important thing in the current condition is to obey health protocols. "In fact, once the PSBB was relaxed, the number of positive cases actually increased. This means that the virus is mutating," he explained. Thus, increasing immune system is important in current conditions. Immunity is closely related to intake and eating nutritious foods, and resting patterns. According to Dr. Budhi, supplements such as immunomodulators and multivitamins are still needed because we still do not know when this virus will last, let alone the discovery of the vaccine.

DR (Cand) dr. Ingrid Tania, M.Sc., Chairperson of the Indonesian Traditional Medicine and Herbal Medicine Development Doctors Association (PDPOTJI) said that in the new normal era, people have started to do activities in limited scope. However, work activities are already underway, thus a strong immune system is needed. "With busy activities in the new normal era, extra enhancement of immunity is needed. Yes, indeed, our body does need additional supplements from outside in the form of immunomodulator/supplements," said Dr. Ingrid.

Dr. Ingrid explained, immunomodulators can derive from natural substances or synthetic ones. If you want to get maximum or complete immune protection, you need to consume both, natural immunomodulators, for example Echinacea and the synthetic ones.

"As for the synthetics, examples are vitamin C, vitamin D. While from the natural, will most likely better than synthetics because easier for the body to absorb," she replied.

The film star and father of two Christian Sugiono admitted that he had consumed Imboost for five years. He chooses Imboost as a supplement for daily consumption, especially to prevent him for falling sick. "My body feels stronger and immune to disease even though I do tiring activities," said the man who likes travelling. Christian even emphasized that currently consuming supplements to increase endurance is a basic requirement in facing the new normal.

Dr. Raphael Aswin Susilowidodo, M.Si, VP Research & Development and Regulatory SOHO Global Health said that a good immunomodulator contains Echinacea pupurea extract and zinc picolinate. Echinacea purpurea extract content has been clinically proven to modulate or regulate the immune system and prevent further spread of infection while zinc picolinate plays an active role and works synergistically on the body's immune system.

IMBOOST is an immunomodulator product from natural ingredients from SOHO Global Health that works to modulate the body's immune system which contains Echinacea pupurea extract and zinc picolinate. In addition, there is also IMBOOST Force which has more strength in immunomodulators because there is additional content of Black Elderberry extract which can prevent viral replication and modulate the body's immune system.

Currently IMBOOST products consist of various kinds of forms and functions, namely IMBOOST Tablet, IMBOOST Force Caplet, IMBOOST Force ES Caplet, IMBOOST Force Cough, IMBOOST Kids Syrup, IMBOOST Force Kids Syrup, IMBOOST Tablet Hisap, IMBOOST Effervescent and also IMBOOST Lozenges.



SOHO
Global Health



STRATEGI IMBOOST MERACIK PASAR SUPLEMEN KESEHATAN

PROFILE: SYLVIA A. RIZAL & DR. RAPHAEL ASWIN

Penulis: Dede Supriyadi
Riset: Armiadi Murdiansyah
Dimuat di Majalah SWA edisi XXXVI 05-18 Maret 2020

Dipasarkan lewat jalur *ethical* dan OTC, Imboost sukses menguasai pasar suplemen kesehatan. Merebaknya wabah virus corona menjadi ujian baginya untuk menunjukkan tajinya sebagai obat herbal yang meningkatkan sistem kekebalan tubuh. Apa saja strateginya?

"Waspada virus corona. Tingkatkan daya tahan tubuh". Itulah kampanye yang sedang digencarkan pengelola merek **Imboost**, produk PT SOHO Global Health. Kampanye melalui media sosial serta berbagai seminar/*talkshow* di Jakarta dan daerah lain ini untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya meningkatkan sistem kekebalan tubuh.

Memang, wabah corona yang disebut juga Covid-19 saat ini menjadi momok yang menakutkan di Indonesia dan juga dunia. Pada akhir Januari lalu, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menetapkan status darurat internasional akibat wabah corona ini. Bahkan pada 11 Maret 2020 lalu, WHO telah mengumumkan status pandemi global untuk penyakit virus corona ini.

Meningkatkan daya tahan tubuh merupakan salah satu cara untuk menangkal wabah penyakit tersebut. Adapun Imboost merupakan suplemen kesehatan herbal yang berfungsi meningkatkan sistem kekebalan tubuh. Imboost juga disebut sebagai produk imunomodulator yang bersifat imunostimulan yang mengandung ekstrak *echinacea pupurea* dan *zinc picolinate*. Tanaman/bunga *echinacea* tumbuh di daerah subtropis seperti di Eropa.

Menurut **Dr. Raphael Aswin, VP Riset dan Pengembangan SOHO Global Health**, imunostimulan yang baik adalah yang mengandung ekstrak *echinacea pupurea* dan *zinc picolinate*. "Kandungan *echinacea purpurea extract* telah terbukti secara klinis dapat memodulasi sistem daya tahan tubuh dan mencegah penyebaran infeksi lebih lanjut.

Sementara *zinc picolinate* berperan aktif dan bekerja sinergis pada sistem daya tahan tubuh," Raphael Aswin menjelaskan.

Selain itu, ada juga **Imboost Force** yang mempunyai kekuatan lebih dalam imunostimulan karena terdapat tambahan kandungan ekstrak *black elderberry* yang dapat mencegah replikasi virus serta menstimulasi peningkatan sistem daya tahan tubuh dengan cara meningkatkan produksi monosit — bagian darah putih yang berperan dalam sistem daya tahan tubuh — sehingga akan mempercepat proses penyembuhan bagi orang yang sudah sakit karena terinfeksi virus. Maka, Imboost Force selain untuk pencegahan juga dapat diberikan bersamaan dengan pengobatan dari dokter.

Melihat perjalanannya, Imboost dipasarkan SOHO sejak 2002. Awalnya, produk ini dipasarkan melalui jalur *ethical* atau melalui resep dokter di berbagai rumah sakit dan klinik. Sejak 2014, Imboost dipasarkan melalui *over the counter* (OTC) alias dijual bebas. Hanya saja, produknya dibedakan, yang dipasarkan secara OTC adalah Imboost regular sedangkan yang melalui jalur *ethical* adalah Imboost Force. Namun, saat ini Imboost Force sudah bisa dibeli secara bebas di apotek ataupun *minimarket*.

Sejak merambah pasar OTC, dilakukan rejuvenasi produk Imboost. Salah satunya, kemasannya dibuat lebih menarik dan lebih cerah dengan ciri khasnya berwarna pink, seperti warna bunga *echinacea pupurea*. Inovasi pun terus dilakukan yang menghadirkan berbagai varian produk Imboost untuk memenuhi kebutuhan pasar. Saat ini produk Imboost terdiri dari Imboost Tablet, Imboost Force Kaplet, Imboost Force ES (*Extra Strength*) Kaplet, Imboost Force Cough, Imboost Kids Syrup, Imboost Force Kids Syrup, Imboost Tablet Hisap, Imboost Effervescent, dan Imboost Lozenges.



Menurut Sylvia, setelah bertahun-tahun diresepkan dokter, maka ketika dijual secara bebas, Imboost langsung diterima pasar. "Nama baik Imboost yang sudah dibangun lewat dokter kemudian, ketika merambah pasar OTC, kami perkuat melalui kemasan yang lebih menarik, upaya edukasi dan *branding* yang diperkuat, serta selalu mendengar *feedback* dari berbagai pihak," kata Vivi, panggilan Sylvia.

Namun, diakui Vivi, pada saat awal, produk ini tidak mudah diterima pasar, seperti saat dijual di *minimarket*. Maklum, harga Imboost tergolong premium. "Kami harus pelajari *price sizing* agar bisa dengan mudah diterima pasar," ujarnya.

"Kami selalu sinergikan jalur pemasaran Imboost melalui *ethical* dan OTC. Sinergi ini pun yang membuat Imboost bisa diterima pasar dan memimpin pasar di industrinya," ujar Sylvia Andriani Rizal, VP Pemasaran Healthcare SOHO Global Health

Itu sebabnya, dibuatlah Imboost regular dengan kemasan untuk *minimarket*, yaitu Imboost kemasan 4 kaplet seharga Rp 17 ribu dan kemasan 10 kaplet seharga Rp 38 ribu.

Sejak menggarap pasar OTC, edukasi dan promosi *above the line* (ATL) dan *below the line* (BTL) pun semakin digencarkan. Sebab, menggarap pasar *consumer* (OTC) berbeda dengan menggarap pasar profesional (*ethical*). Seperti pada 2015, Imboost mulai dipromosikan melalui iklan di televisi (TVC), dan sejak 2017 pihaknya memakai duta merek Imboost, yaitu pasangan selebritas Titi Kamal dan Christian Sugiono.

Selain itu, Imboost juga rajin dipromosikan melalui berbagai acara di televisi, seperti acara kesehatan, liputan tentang corona, dan *talkshow* Mata Najwa. Berbagai media *segmented* juga dirambah untuk promosi, seperti media yang menysasar rumah sakit atau dokter. Yang sedang gencar dilakukan adalah promosi, dan edukasi melalui media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan YouTube.

Untuk jalur BTL, perusahaan ini lebih banyak membuat acara sosialisasi dan edukasi dengan berbagai komunitas, seperti komunitas dokter dan alumni universitas. Antara lain, Perhimpunan Dokter Spesialis Penyakit Dalam Indonesia, Ikatan Dokter Anak Indonesia, Perhimpunan Dokter Umum Indonesia, dan Perhimpunan Dokter Paru Indonesia. Aktivasi yang gencar dilakukan sekarang adalah seminar/*talkshow* tentang wabah virus corona. Selain itu, yang juga sering dilakukan adalah promosi penjualan di minimarket seperti saat musin hujan, bulan puasa, atau Lebaran.

"Intinya, *marketing* itu kan membuat *awareness*, membuat *branding* dan *positioning* yang jelas, bagaimana membuat merek jadi relevan, dan bisa terjadi *repeat order*. Kalau sudah *repeat order*, berarti produknya bagus, dan kalau produk bagus, akan menciptakan *word of mouth* (WOM)," kata Vivi.

Bicara distribusi, Grup SOHO memiliki perusahaan distribusi sendiri bernama PT Parit Padang Global. Produk Imboost pun didistribusikan perusahaan ini.

"Parit Padang Global adalah *sister company* kami yang memiliki 25 cabang dan lebih dari 50 subdistributor di seluruh Indonesia," Vivi menjelaskan.

Imboost dipasarkan melalui berbagai kanal, seperti rumah sakit, apotek, toko obat, *hypermarket*, *supermarket*, *minimarket*, juga *marketplace*: Lazada, Shopee, Tokopedia, Halodoc, dsb. "Kami juga sudah memiliki SOHO *official store* sendiri di berbagai *marketplace*," ujar Vivi.

Saat ini Imboost adalah pemimpin pasar di industrinya. "Kalau di kategori *body defence*, Imboost menguasai 27% pasar, dan kalau di kategori imunomodulator, Imboost menguasai 55%. Di kedua kategori ini, Imboost *market leader*," ungkap Vivi. Di kategori *body defence*, Imboost bersaing dengan Redoxon, Vitacimin, Ester C, Enervon C, dsb. Adapun di kategori imunomodulator (produk yang dapat meningkatkan kerja komponen-komponen sistem imun), Imboost bersaing dengan Imunos, Stimuno, Fituno, Starmuno, dsb.

Sejatinya, yang diinginkan Vivi bukan hanya bersaing meningkatkan pangsa pasar para pemain di dalamnya. Ia lebih menginginkan semuanya sama-sama terus mengedukasi pasar sehingga pasar di industri ini semakin membesar. "Saya mengajak sesama pemain untuk mengedukasi pasar. Jadi, bukan sekadar rebutan pasar, tapi bagaimana produk ini bisa lebih relevan," ujarnya berharap.

Mengutip data Nielsen, Vivi mengungkapkan, pasar multivitamin ini *market size*-nya sebesar Rp 2 triliun dan 30% dari industri ini adalah kategori *body defence* yang 27% pasarnya dikuasai Imboost. Penjualan Imboost setiap tahun tumbuh 30%.

Imboost menjadi kontributor utama Grup SOHO, sedangkan produk Curcuma merupakan penyumbang kedua. "Imboost adalah *brand* yang tumbuh cepat di industri farmasi," ujarnya.

Vivi mengakui persaingan di industri ini tergolong ketat dan sengit. Bahkan, ada *follower* yang membuat kemasannya mirip Imboost. "Itu sebabnya, kami terus mempertajam strategi komunikasi dan kami patenkan juga merek kami," ungkapnya. Selain itu, pihaknya pun akan terus berinovasi, baik dari sisi produk maupun cara komunikasi agar Imboost tetap unggul di industrinya. "Kedepan, kami ingin bagaimana konsumen lebih puas, lebih mudah menggunakan Imboost, dan lebih terjangkau produknya. Makanya, kami akan terus berinovasi dengan membuat varian produknya untuk memenuhi kebutuhan pasar," ia menjelaskan.

Dalam pandangan **Istijanto, pengamat pemasaran dari Universitas Prasetiya Mulya**, ada tiga isu yang terkait dengan pemasaran suplemen peningkat daya tahan tubuh seperti Imboost. Pertama, kesadaran masyarakat akan kesehatan (*health consciousness*). Masyarakat Indonesia semakin melek kesehatan sehingga semakin menyadari bahwa mencegah lebih baik daripada mengobati.

Tentu, hal ini menjadi salah satu faktor pendorong tumbuhnya produk-produk suplemen kesehatan.

Kedua, kesadaran untuk kembali ke alam (*back to nature*). Artinya, masyarakat Indonesia kini lebih menyadari sisi keamanan produk yang terbuat secara alami, bukan kimiawi. Ini sangat penting bagi suplemen kesehatan yang menggunakan dan mengedepankan bahan alami seperti tumbuhan atau herbal.

Ketiga, isu atau peristiwa yang sedang terjadi. "Kita ketahui bahwa saat ini sedang terjadi wabah virus corona. Di dalam bisnis, suatu peristiwa bisa memberi peluang ataupun ancaman," kata Istijanto. Ini bagaikan dua sisi mata uang. Sisi negatif Covid-19 tentu saja kita tidak inginkan, seperti jatuhnya korban, hantaman terhadap industri pariwisata atau *traveling*, dan lesunya transaksi perdagangan.

“Di dalam bisnis, suatu peristiwa bisa memberi peluang ataupun ancaman”



Produk Imboost



Sisi positif atau peluangnya, seperti kita ketahui, permintaan masker meroket tajam. Di sinilah juga terbuka peluang untuk produk suplemen yang meningkatkan daya tahan tubuh, termasuk untuk anak-anak.

"Saya pernah menjalankan riset terkait segmentasi pasar suplemen untuk anak. Hasilnya terbentuk dua segmen, yaitu segmen ibu berkerja/wanita karier dan segmen ibu rumah tangga," ungkap Istijanto. Segmen wanita karier lebih suka memberi anak-anaknya suplemen. Sebaliknya, segmen ibu rumah tangga cenderung selektif terhadap suplemen sehingga hanya memberi obat jika anaknya sakit. Ini berarti target pasar lebih banyak ke ibu yang berprofesi sebagai wanita karier.

Bagi para pemain suplemen kesehatan, memanfaatkan momentum merebaknya virus corona berpeluang meluaskan pasar. Namun, strategi yang diterapkan perlu dilakukan dengan bijak sehingga tidak terkesan mengambil keuntungan semata. Untuk itu, tema komunikasi yang diangkat mesti mengedepankan kepedulian (*caring*). Dengan demikian, mereka dapat terus membangun citranya sebagai merek yang memihak kepada kebaikan konsumen. Pembangunan merek yang bisa menyentuh ikatan emosional dengan konsumen atau peduli kesulitan masyarakat tentu akan mendapatkan tempat di hati pelanggannya secara luas. Di sinilah konsep *societal marketing* perlu diterapkan.



BERSIAP MENJALANI NEW NORMAL

Pemerintah telah melonggarkan aturan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) sejak Juni lalu, sebagai upaya menggerakkan ekonomi Indonesia yang mandeg akibat terbatasnya gerak sosial dan ekonomi. Hanya saja, masih banyak masyarakat tidak menyadari bahwa sesungguhnya wabah virus Corona baru ini masih mengkhawatirkan. Hingga pertengahan Juli saja, kasus baru positif COVID-19 terus memecahkan rekor dengan bertambahnya pasien baru mencapai 2657 per 9 Juli 2020, tertinggi sepanjang pandemi ini.

Abainya masyarakat menghadapi pandemi ini, tentu mengkhawatirkan. SOHO Global Health melalui berbagai platform media komunikasi terus berupaya meningkatkan *awareness* masyarakat. Dimulai sejak awal Februari 2020 ketika Indonesia masih meng-*claim* bebas COVID-19, SOHO Global Health telah mengedukasi masyarakat untuk waspada virus corona dengan cara meningkatkan daya tahan tubuh. Hingga kini pandemi ini telah lebih dari 4 bulan menjangkiti Indonesia, SOHO Global Health terus konsisten mengedukasi masyarakat melalui sosial media, siaran pers, hingga diskusi daring menghadirkan pakar kesehatan secara virtual.

Tidak bosan kami terus mengingatkan, meski PSBB telah dilonggarkan, namun protokol kesehatan dengan disiplin harus dijalankan dengan penuh kesadaran. Mengingat kembali yang sebelumnya diungkapkan WHO pada pertengahan bulan Mei lalu, penemuan vaksin dan obat untuk novel coronavirus ini akan memerlukan waktu, dan kita perlu bersiap untuk sebuah dunia di mana virus ini mungkin takkan pernah punah — hanya berkurang kadar keseriusannya. Siapkah kita untuk menjalani *new normal*?

"*New normal*" yang digadang-gadang di berbagai media ini berbicara perubahan transformatif secara global dalam sekejap tentang apa-apa yang sebelumnya kita anggap normal. Selayaknya sebuah perubahan global, *new normal* mempengaruhi mulai dari kehidupan individual sehari-hari hingga pada tingkatan industri, budaya, dan negara. Sementara banyak ahli memprediksi aspek optimis maupun pesimis dari *new normal* ini, kita perlu bersiap-siap mengadopsi kebiasaan-kebiasaan baru dalam menghadapi dunia baru ini.

APA SAJA?

1. Pengenaan masker akan menjadi “new fashion”

Mengenakan masker akan menjadi hal yang amat normal terutama di tempat-tempat umum yang cukup padat seperti stasiun, bandara, transportasi publik, mal, kampus, dan lain sebagainya. Bersiap-siaplah — dunia *fashion* dan teknologi akan berlomba-lomba mengkreasikan masker wajah tercantik dan teraman untuk publik. Dan pastikan selalu menggunakan masker secara aman mengikuti kaidah penggunaan masker.

2. Sanitation kit akan menjadi barang bawaan umum



Ketika harus banget keluar rumah, kita harus sedia berbagai macam “alat perang” diantaranya wajib bawa *hand sanitizer*, bawa masker cadangan, bawa tisu basah, bahkan bawa peralatan makan pribadi. Sediakan seluruh kebutuhan sanitasi pribadi Anda dalam sebuah *pouch* kemana-pun Anda pergi supaya mudah digunakan.

Tambahin 1 ya, sedia Imboost Lozenges juga dalam *pouch* karena bukan permen pelega tenggorokan biasa tapi juga bisa menjaga daya tahan tubuh kita selama beraktivitas di luar.

3. *Work from home* dan *online learning* mulai jadi budaya



Sejak merebaknya pandemi COVID-19, istilah *work from home*, sering disingkat WFH, kian akrab di telinga kita. Sekolah dan tempat-tempat kursus/les/bimbingan belajar pun memberlakukan pembelajaran jarak jauh (PJJ) yang umum dikenal sebagai *online learning*. Hal yang sama dengan beribadah, juga dilakukan dari rumah.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi memang telah memungkinkan orang mengerjakan banyak hal dari jarak jauh. Bahkan, di negara Barat, budaya ini telah lama diperkenalkan dan menjadi bagian yang menyatu dengan kebijakan pemerintah kota. Terutama, dalam upaya menangani kemacetan lalu lintas serta pencemaran udara.

“Ketika harus banget keluar rumah, kita harus sedia berbagai macam “alat perang” ”

4. Protokol masuk ke rumah setelah beraktivitas di luar rumah menjadi penting

Jika terpaksa harus tetap bekerja di kantor atau harus melakukan kegiatan luar ruang, ingat selalu saat kembali ke rumah wajib taati protokol *new normal* ini:

- Saat kembali ke rumah, jangan bersentuhan dengan anggota keluarga sebelum mandi.
- Segera mencuci pakaian dan masker dengan deterjen. Jangan menggantung pakaian dan masker yang telah dipakai dari luar rumah.
- Bersihkan *handphone*, tas, benda lain dengan disinfektan.



5. Gowes dan berkemah mulai jadi tren gaya hidup

Sementara kita mulai membiasakan diri dengan *video conference*, *new normal* yang ideal hanya akan memerlukan kita untuk bepergian/*mobile* hanya untuk hal-hal yang amat penting. Di Paris, masyarakat yang menghindari kepadatan transportasi publik juga memilih untuk bersepeda dalam jarak-jarak terbatas.

Di Indonesia, saat ini, tren bersepeda atau yang dikenal dengan "gowes" mulai menjadi gaya hidup dengan banyaknya model sepeda yang harganya bervariasi. Dari jutaan, puluhan, hingga seratus juta lebih.

Terbaru, fenomena berkemah atau naik gunung juga menjadi tren baru saat pandemi setelah selama beberapa waktu menjalani karantina.

Melansir dari *The Guardian* (11/7/2020), pandemi yang masih terjadi membuat tren liburan yang selama ini ramai seperti terbang ke luar negeri, liburan kelompok atau naik kapal pesiar tak lagi menarik. Sebagai gantinya, bisnis kemping mewah atau *glamping* jadi sangat digemari hingga mencatat rekor pertumbuhan selama tiga bulan terakhir mencapai 100 persen.

Kegiatan *outdoor* memang jadi sangat digemari selama masa pandemi covid-19 ini tentunya dengan tetap jaga jarak aman.

MASA DEPAN GAYA HIDUP

Bersentuhan, berbagi alat-alat, dan berdesak-desakan akan terasa jauh lebih tak nyaman dari biasanya. Bepelukan, cium pipi, dan berjabat tangan sebagai bentuk sapaan lama-kelamaan akan mulai menemukan alternatif lain. Sementara pesta bergaya *buffet* dan bar akan dihindari, restoran, bar, karaoke, dan hotel juga perlu mengubah model bisnis untuk pengalaman hiburan yang lebih terpersonalisasi dan higienis.

Pertanyaan yang kemudian muncul: **Berapa banyak orang dalam ruangan?**

Dibandingkan tempat terbuka, tempat tertutup meningkatkan risiko penyebaran penyakit menular. Kelas dan grup kecil di sekolah, pembatasan jumlah penonton konser dan pertandingan olah raga, serta penurunan jumlah penumpang dalam transportasi darat, laut, dan udara akan berlangsung setidaknya sampai beberapa tahun ke depan.

Untuk itu memahami tingkat risiko (*risk level*) dari berbagai aktivitas yang mungkin akan harus kita lakukan di masa *new normal* ini menjadi sangat penting, bukan untuk kuatir yang berlebihan tapi untuk tetap waspada dan membentengi diri dari penularan virus covid-19 di ruang publik.



KESEHATAN ADALAH KEMEWAHAN TERBAIK

Beberapa studi dunia mengungkapkan bahwa industri *high fashion*, *luxury*, dan *travel/hospitality* masih akan terseok-seok hingga beberapa tahun ke depan, utamanya karena kita telah mulai mengadopsi pola konsumsi yang berbeda. Sederhana saja; dalam dua bulan ke kedepan, untuk apa saja Anda berencana menghabiskan uang belanja Anda? Kebanyakan orang memilih untuk hanya membeli kebutuhan-kebutuhan dasar dan mengurangi konsumsi untuk hal-hal tersier seperti plesir dan tas mewah, misalnya. Pun, ke depannya kita akan lebih banyak berinvestasi untuk kesehatan dan menabung sebagai bentuk preventif ekonomi yang kurang stabil.

Soon or later, kita sudah akan harus beraktivitas kerja secara normal, mulai ke kantor lagi, mulai bertemu *client/business partners* lagi. Maka itu selain upaya dengan disiplin protokol kesehatan kita juga harus meningkatkan daya tahan tubuh.

Tingkatkan daya tahan tubuh dengan asupan yang bergizi serta istirahat cukup. Imboost dan rangkaian produk Curcuma dan Curcuma Plus tentunya bisa menjadi pilihan suplemen/vitamin peningkat daya tahan tubuh.

5

FAKTA DAN MITOS COVID-19



APA ITU COVID-19?

COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis corona virus. Virus corona muncul di Wuhan, Tiongkok, bulan Desember 2019. WHO menetapkan COVID-19 sebagai pandemi global per 11 Maret 2020.



KASUS COVID-19 SUDAH LEBIH DARI 24 JUTA PASIEN POSITIF DAN 16,5 JUTA YANG SUDAH SEMBUH DI SELURUH DUNIA*



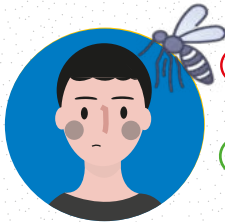
KASUS COVID-19 SUDAH LEBIH DARI 160 RIBU PASIEN POSITIF DAN 115,4 RIBU YANG SUDAH SEMBUH DI INDONESIA*



- ❌ Antibiotik mencegah virus corona
- ✅ Antibiotik membunuh bakteri bukan virus



- ❌ Cairan Disinfektan mencegah virus corona
- ✅ Cairan disinfektan membersihkan virus pada benda bukan pada tubuh



- ❌ Gigitan nyamuk menularkan virus corona
- ✅ Tidak ada informasi gigitan nyamuk menularkan virus corona



- ❌ Bawang putih mencegah virus corona
- ✅ Tidak ada informasi bawang putih mencegah virus corona



- ❌ Paket barang dapat menularkan virus corona
- ✅ Virus corona tidak dapat bertahan lama pada surat dan paket

PANDUAN PROTOKOL KESEHATAN NORMAL BARU

Normal baru adalah perubahan budaya hidup yang dibuat oleh pemerintah agar masyarakat Indonesia dapat terbiasa dengan tatanan hidup normal yang baru untuk menghadapi penyebaran virus corona. (sumber: wartaekonomi)
Melansir dari *World Health Organization (WHO)*, yang dapat anda lakukan saat normal baru:

1



MEMAKAI MASKER

Penggunaan masker sangat penting untuk membantu mencegah #COVID-19

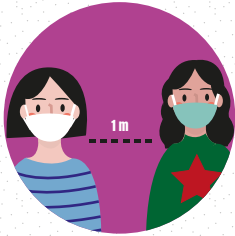
2



MENJAUHI TEMPAT RAMAI

Hindari kerumunan di tempat yang ramai dan ruangan yang terbatas dan tertutup.

3



JAGA JARAK

Jaga jarak setidaknya 1 meter dengan orang lain.

4



MENCUCI TANGAN

Dimanapun Anda berada, rajin mencuci tangan dengan air bersih ataupun cairan antiseptik dapat membantu mencegah #COVID-19

INOVASI SEDERHANA TAPI KREATIF DAN BERMAKNA DI KALA PANDEMI

Ketika kita berbicara tentang inovasi umumnya yang terlintas di benak kita adalah penciptaan hal baru yang canggih dengan teknologi terbaru, padahal dengan sentuhan kreativitas, barang sederhana bisa memberikan manfaat di saat pandemi.

1. Masker transparan untuk warga tunarungu

Kelompok difabel harus berjibaku dengan berbagai kendala di tengah pandemi sehubungan dengan kebijakan pembatasan dan jaga jarak sosial (*social distancing*), termasuk minimnya akses informasi, kehilangan mata pencaharian, dan kesulitan berkomunikasi. Pasalnya, mereka sehari-hari berkomunikasi dengan membaca gerak bibir lawan bicaranya. Akan tetapi, keharusan untuk mengenakan masker yang menutup hidung dan mulut, menyulitkan mereka.



Keberadaan masker transparan, sangat membantu komunikasi warga tunarungu karena mereka bisa membaca gerak bibir lawan bicaranya di balik masker.

Masker transparan ini akan sangat berguna jika dipakai banyak orang, utamanya bagi petugas medis yang melayani tak hanya pasien non-difabel, tapi juga pasien tuli dan bisu serta para difabel lain, supaya mereka bisa tetap mendapat informasi dan berkomunikasi dengan baik.

2. Kopi seliter untuk teman WFH

Pandemi covid-19 pun membuat kedai kopi di Indonesia melakukan terobosan kreatif, salah satunya dengan meluncurkan produk kopi kemasan botol dalam ukuran besar. Saat banyak orang melakukan aktivitas di rumah termasuk *work from home (WFH)* dan menghindari kumpul-kumpul, bagi mereka yang suka minum kopi sebagai *mood booster*, tentu akan lebih lengkap sambil ditemani minuman yang satu ini.

Produk kopi 1 liter ini dapat bertahan maksimal tiga hari di dalam kulkas. Berbagai varian rasa pun ditawarkan pengusaha kedai kopi dengan harga di-bandrol mulai dari Rp80 ribu sampai Rp110 ribu.

Gerakan kopi seliter ini juga dimaksudkan untuk mendukung sektor pertanian, agar petani kopi tetap sejahtera dan penjual kopi serta kedai kopi di seluruh Indonesia dapat tetap menjalankan bisnisnya.

3. Virtual tour, solusi wisata saat pandemi



Liburan menjadi salah satu hal yang dirindukan saat pandemi covid-19. Namun, rasa rindu tersebut rupanya bisa terobati dengan kecanggihan teknologi. *Virtual tour* atau jelajah virtual menjadi istilah yang makin akrab terdengar saat dunia memasuki fase normal baru. Konsep ini merupakan alternatif pariwisata tanpa mobilitas.

Momen ini juga strategis untuk promosi obyek wisata. Bagi sebagian besar masyarakat *virtual tour* ini akan menjadi pengalaman baru, menjelajahi berbagai macam tempat wisata dengan tetap berada di rumah. Namun, ketika pandemi berakhir, ini akan menjadi 'normal baru' bagi masyarakat.

Virtual tourism menjadi preferensi awal bagi wisatawan sebelum mengambil keputusan untuk pergi ke sebuah destinasi wisata. Pada perjalanan virtual ini masyarakat akan ditemani dan dibimbing oleh *tour leader* yang berpengalaman yang dapat memberikan pengetahuan baru tentang paket wisata yang ditawarkan. *Virtual tour* ini juga dimaksudkan untuk mendukung sektor pariwisata, khususnya para *travel agent* dan *tour guide* agar dapat menjalankan roda bisnis mereka meskipun di tengah pandemi.

beCREATIVE Contest

Show us
YOUR creativity
and win prizes!



Nah teman-teman SOHO Global Health, cukup banyak ya inovasi sederhana yang muncul di tengah pandemi, memang di tengah situasi yang *unfavourable* ketika kita melihat dari sudut pandang yang berbeda dan *stay positive*, maka kreativitas tanpa batas biasanya bermunculan. Inovasi sederhana ini bisa dari segi layanan kreatif yang belum ada sebelumnya atau ide produk inovatif yang bermanfaat di tengah situasi "normal baru" ini.

Yuk teman-teman *share* apa ide inovasi sederhana ala teman-teman? Kirimkan ke alamat e-mail: public.relations@sohoglobalhealth.com dengan judul: **Ide inovasi sederhana**naku, dan menangkan 3 hadiah menarik untuk ide yang paling kreatif.



**“Sentuhan
kreativitas, barang
sederhana dapat
memberikan
manfaat”**

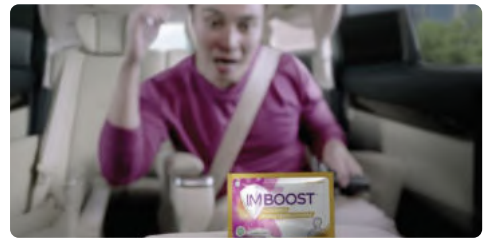
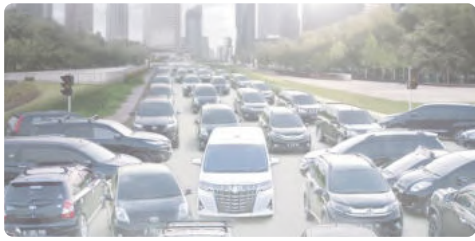


IKLAN TV BARU IMBOOST LOZENGES

Saksikan iklan baru Imboost Lozenges
dengan *Brand Ambassador* Baim Wong
di stasiun TV:

RCTI, TV ONE, RTV, MNC TV,
SCTV, ANTV, TRANS, GTV

#LegainAja



#LegainAja





PPG GOES DIGITAL



PPGOS, singkatan dari *PPG Online System*, adalah salah satu inovasi yang dilakukan oleh Parit Padang Global untuk meningkatkan dan mengembangkan keunggulan kompetitif bisnis di era digital. Melalui aplikasi online ini, PPG menawarkan kepada pelanggan (apotek, rumah sakit swasta dan klinik) kenyamanan dalam memesan produk.

Pengguna PPGOS juga dapat memperoleh informasi tentang status pesanan, meninjau rincian transaksi, mendapatkan informasi penawaran promo, informasi piutang, mengunggah pesanan pembelian dan juga informasi tentang faktur pajak untuk transaksi yang telah dilakukan.

Sejak fase pengembangan dimulai pada Mei 2019 hingga “Go live” nasional pada November 2019, kemajuan hingga kuartal pertama 2020 sangat positif. Lebih dari 12000 pelanggan telah terdaftar melalui aplikasi ini, 8500 diantaranya adalah pengguna aktif dengan frekuensi penggunaan mendekati 70%.

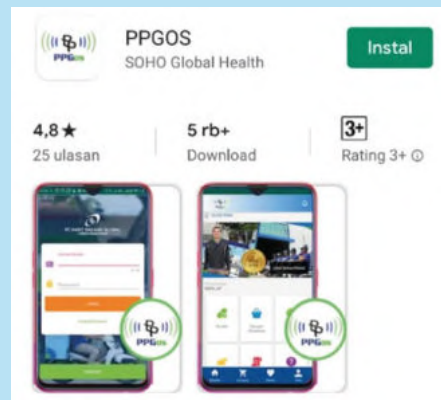
Di era teknologi digital dan tren bisnis *e-commerce* yang berkembang pesat, aplikasi online berbasis android ini tentunya akan menjadi mesin baru pertumbuhan untuk Parit Padang Global disamping sebagai platform untuk melayani pelanggan yang mengutamakan kenyamanan bertransaksi, khususnya di masa pandemi covid-19 yang memasuki era “normal baru”.

PPGOS, stands for PPG Online System, is one of the innovations carried out by Parit Padang Global to improve and develop competitive advantage in the digital business era. Through this online application, PPG offered customers (pharmacies, private hospitals and clinics) convenience in ordering products. PPGOS users can also obtain information regarding the order status, review transaction details, promo offering, accounts receivable information, upload a purchase order and also information on tax invoices for transactions that have been carried out.

The PPGOS application can be downloaded via smartphone with the Android OS, using keyword search PPGOS.

Since development phase started in May 2019 until nationwide “Go live” in November 2019, the progress up to first quarter of 2020 was very positive. 12K+ customers were registered through the application, among which 8.5K were active users with frequency usage close to 70%.

In the era of digital technology and the growing trend of e-commerce business, clearly this android-base online application PPGOS will become the new engine of growth for Parit Padang Global while also serve customers in a more convenience way, most importantly during pandemic covid-19 that come to an era of “new normal”.



The PPGOS application can be downloaded via smartphone with the Android OS

Cara pemesanan produk



1. Pilih/Cari Produk



2. Masukkan ke keranjang



3. Input Quantity



4. Pilih jenis Pembayaran



5. Konfirmasi



6. Selesai



PERESMIAN GUDANG DAN KANTOR BARU PPG DENPASAR

INAUGURATION OF PPG DENPASAR WAREHOUSE AND NEW OFFICE

Kontributor: Anang Efendi

Sejak berdirinya PPG Denpasar pada tahun 1995, kembali hari ini PPG Denpasar mengukir sejarah baru, tepatnya tanggal 7 Juli 2020, ada berkat besar yang dianugerahkan Tuhan kepada keluarga besar PT Parit Padang Global khususnya cabang Denpasar, yaitu peresmian gudang dan kantor baru yang berlokasi di Jalan Cargo Sari III, Ubung Kaja-Denpasar.

Dilangsungkannya acara peresmian di masa pandemi Covid-19 justru menambah momen bersejarah dari pelaksanaan acara ini. Sekalipun tidak dihadiri secara tatap muka langsung, namun tamu undangan dari berbagai penjuror menghadiri acara peresmian ini secara virtual diantaranya Presiden Komisaris SGH Bapak Tan Eng Liang, jajaran SGELT Presiden Direktur SGH Bapak Rogelio Coeey, SEVP Finance Bapak Piero Brambati, VP Distribution Bapak Pandy Harianto dan Bapak Edwin Vega serta jajaran pimpinan PPG Pusat.



Acara pagi hari dimulai dengan misa pemberkatan dipimpin oleh Romo Aloysius I Wayan Supriadi SVD, Romo Paroki St Petrus Monang Maning Denpasar. Dalam pesan singkatnya Romo Aloysius menyampaikan agar terjalin komunikasi yang baik antara pimpinan dan karyawan sehingga segala yang direncanakan, tujuannya satu yaitu membahagiakan sesama. Pemberkatan juga dilakukan berkeliling dari semua ruangan kantor dan seluruh ruangan gudang.

Setelah Misa pemberkatan selesai, acara selanjutnya adalah sambutan dari Kepala Cabang PPG Denpasar Bapak Anang Efendi. Dalam sambutannya beliau menyampaikan terima kasih kepada Bapak Tan Eng Liang, SGELT, VP serta semua jajaran dan divisi terkait yang telah mensupport proses perpindahan ini sehingga terlaksana dengan baik. Super spesial terima kasih disampaikan kepada seluruh tim PPG Denpasar yang telah bekerja dengan loyalitas dan perjuangan tanpa batas, bahu membahu, bercucur keringat dan air mata haru. Lelah, letih, bahagia, canda tawa berkumpul menjadi satu demi mencapai tujuan bersama, kesuksesan acara ini dan kesuksesan perusahaan tempat kami bekerja.

Semua jerih lelah dilakukan dengan dedikasi yang tinggi untuk kemajuan PPG dan SOHO Global Health. Gudang baru PPG Denpasar siap menampung pertumbuhan *sales* sampai dengan 50%.

Kemudian sambutan selanjutnya disampaikan oleh Bapak Tan Eng Liang. Bapak Tan Eng Liang menyebutkan bahwa beliau betul-betul bangga dengan tekad Tim PPG Denpasar yang begitu tinggi. Beliau menyampaikan bahwa tempat kerja kita adalah ladang cinta kasih untuk kita dapat memperhatikan sesama. Bapak Tan Eng Liang berharap PPG dan SGH akan menjadi perusahaan yang baik, bukan hanya mengejar profit, tetapi juga berdedikasi bagi masyarakat luas.

Acara berikutnya dilanjutkan dengan persembahan Tari Pendet yang merupakan tarian tradisional Bali. Tari Pendet melambangkan penyambutan atas turunnya dewata ke alam dunia. Tarian ini dibawakan secara cantik dan epik oleh delapan orang karyawan putri PPG Denpasar sebagai persembahan kepada seluruh jajaran PPG Pusat yang telah membantu kelancaran proses perpindahan gudang dan kantor PPG Denpasar.

Setelah pementasan Tari Pendet, dilanjutkan dengan memotong tumpeng yang dilakukan oleh Bapak Richardus Sandjaja sebagai tanda bahwa gedung baru PPG Denpasar telah diresmikan. Disediakan juga hidangan spesial untuk karyawan serta tamu undangan yang telah mengikuti seluruh proses acara peresmian dengan hikmat.

Berakhirnya acara peresmian gudang dan kantor baru PPG Denpasar menyadarkan kami tentang pentingnya loyalitas dan tanggung jawab pada pekerjaan kami. Semoga apa yang telah kami raih dapat memberikan manfaat, bukan hanya demi meraih profit perusahaan, namun demi memberikan kebaikan bagi sesama.

“OM SANTI, SANTI, SANTI, OM”

Since its establishment in 1995, PPG Denpasar has passed another milestone. It was July 7th, 2020, when God grant His blessings to the big family of PT Parit Padang Global, especially the Denpasar branch, for the inauguration of a new warehouse and office located on Jalan Cargo Sari III, Ubung Kaja-Denpasar.

The inauguration ceremony during the Covid-19 pandemic was quite a historical event and a memorable one. Even though cannot meet face to face, invited guests from various areas attended the inauguration event virtually including SGH President Commissioner bapak Tan Eng Liang, SGELT President Director SGH Rogelio Coeoy, SEVP Finance Piero Brambati, VP Distribution Pandy Harianto and Edwin Vega and the leaders from PPG Head Office (HO).

The event began with a blessing mass led by Father Aloysius I Wayan Supriadi SVD, Father Parish of St Petrus Monang Maning Denpasar. In his short message, Father Aloysius reminded the importance of effective communication between leaders and employees so that the ultimate goal is to make everyone happy. The blessing was also carried out around all office rooms and warehouse.



After the blessing mass, the event continued with the speech from Branch Head PPG Denpasar, Anang Efendi. In his remarks he expressed his gratitude to bapak Tan Eng Liang, SGELT, VP as well as all parties who have supported this transfer process to become a success. Special gratitude delivered to the whole PPG Denpasar Team who has worked relentlessly the past few days prior to the event ceremony. The shared goal was the success of this event and the success of the company where we work, PPG and SOHO Global Health.



The new PPG Denpasar warehouse capacity is ready to accommodate sales growth up to 50%.

Next speech was delivered by bapak Tan Eng Liang who were really proud of the dedication of PPG Denpasar team. "Our workplace is the field of opportunities to spread love and kindness to others" pak Tan recalled. He shared his sincere hope for PPG and SGH to become a good corporate citizen and to give back to community.

The event continued with the performance of Pendet Dance, a traditional Balinese dance. This dance symbolizes the welcoming of the gods fall into the natural world. Eight PPG Denpasar female employees performed the dance beautifully as an appreciation to all guest honors especially PPG HO leaders for their extraordinary support.

After the performance of Pendet Dance, the series of event was continued by "pemotongan tumpeng" by Richardus Sandjaja, Regional Operation Manager, as a sign that the new PPG Denpasar office and warehouse had been inaugurated. Meals were also provided for employees and invited guests who have followed the whole process of the opening ceremony.

As the ceremony ended, what left was a good memory that keeps us aware the importance of loyalty and responsibility to perform our daily work. We do hope we can continuously contribute at our best, not just for the sake of profits, but for the benefit of others.



MEMBANGUN HARMONISASI INDIVIDU DENGAN LINGKUNGAN KERJA

Kontributor: Dian Rahayu

Pada tanggal 01 – 02 November 2019 lalu, tim *Human Resources* berkolaborasi dengan *Sales Force Effectiveness* PT. Soho Industri Farmasi dan PT. Parit Padang Global (SFE PT. SIP dan PT. PPG) untuk memberikan *training* dan *outbound* kepada Serikat Pekerja PT. Soho Industri Farmasi yang diselenggarakan di Cisarua, Bogor. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan baik pengurus maupun anggota serikat pekerja dalam berkomunikasi di lingkungan kerja dan di masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Turut hadir dalam kegiatan tersebut, perwakilan dari *Divisi Manufacturing*, yaitu Bapak Christophorus Aditya Nugraha (*Solid Production Manager*) dan Bapak Agus Setiyono (*Liquid Production Manager*), serta perwakilan dari *Divisi Human Resources*, yaitu Ibu Rumiris F. Simaremare (*HRM & OD Senior Manager*), Ibu Inge Fatwana (*Industrial Relations Manager*), dan Ibu Evy Indriati (*HRBP & Recruitment Manager*). Adapun sebagai fasilitator dalam kegiatan ini antara lain Ibu TH. Dyah Immahwanti (*OD Manager*), Ibu Dian Rahayu (*OD Executive*), dan Ibu Sisca Riana (*Industrial Relations Executive*).

Pada hari pertama, kegiatan diawali dengan menyanyikan lagu Mars SOHO dan pembacaan *Purpose, Vision, dan Core Values*, diikuti oleh seluruh peserta dan fasilitator. Kemudian Ibu Yuliana Tjhai (*Senior EVP LCIACS & HR*) memberikan sambutan secara virtual melalui video dan mendukung kegiatan ini agar berjalan dengan baik dan lancar sampai dengan selesai. Dengan penuh semangat dan interaktif, Bapak M. Zakir (*SFE & Training Senior Manager*) membawakan materi training yang berjudul “Cakap Berkomunikasi”. Dalam materi tersebut beliau memberikan tips cara berkomunikasi yang efektif, yaitu *REACH (Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble)*. Peserta dibagi menjadi beberapa kelompok untuk dapat memperagakan cara berkomunikasi yang efektif berdasarkan contoh kasus yang diberikan. Kelompok terbaik berhak mendapatkan hadiah yang telah disiapkan oleh fasilitator.

Kegiatan pada hari kedua dikemas dalam bentuk *outbound* dengan tema “Cakap Berkomunikasi”. Kegiatan *outbound* ini dipandu oleh Bapak R. Rispriyatna (*Sales Force Effectiveness Manager*) dengan berbagai *games* menarik. Setiap kelompok berlomba-lomba mengumpulkan poin dari setiap pos yang didatanginya dengan menyelesaikan tantangan yang diberikan.

Kelompok yang mengumpulkan poin terbanyak, berhak menjadi juara dan mendapatkan hadiah. Di penghujung acara *outbound*, terdapat satu *games* yang harus diselesaikan oleh seluruh peserta dengan bergotong-royong untuk melewati berbagai rintangan. Setiap peserta melakukan perannya masing-masing dengan baik untuk mencapai tujuan bersama. Pada moment inilah terlihat kerjasama yang baik dari seluruh peserta dapat tercipta dari komunikasi yang efektif.

Kesan dari Pak Aditya, Pak Agus, dan beberapa peserta yang kami wawancarai, mereka sangat *have fun* mengikuti acara ini, materi yang disampaikan pada saat *training* dan *outbound* dapat mereka serap dengan cara yang *fun* serta dapat diaplikasikan dalam pekerjaan dan kehidupan sehari-hari. Harapan mereka adalah kegiatan *development* seperti ini, dapat rutin diselenggarakan bagi seluruh karyawan SGH Group.





METAMORPHOSIS COMPETITION

Kontributor: Rosalia Suryaningtyas

Tahun 2019 Supply & Operations berhasil mengadakan *Metamorphosis Competition* 2019 dengan tema "EVOLVE". Acara kompetisi *improvement* untuk Supply & Operations ini telah diikuti oleh 10 peserta *Quality Control Initiative* (QCI), 9 tim *Quality Control Circle* (QCC), dan 10 tim *Quality Control Project* (QCP). Berbeda dari tahun sebelumnya, pada tahun 2019 terdapat kategori baru yaitu *Best Performance Team*, masing-masing untuk tim QCC dan QCP.

Kriteria pemenang *best performance* dinilai dari cara memaparkan presentasi proyek, kekompakan tim, dan kostum yang digunakan untuk presentasi. Tidak disangka bahwa antusiasme dari peserta sangat luar biasa, terbukti dari masing-masing tim berlomba-lomba untuk mempersiapkan presentasi dan kostum dengan sangat baik. Hal ini membuat para juri sedikit kesulitan dalam menentukan pemenang *Best Performance Team* untuk QCC dan QCP.

Pada tahun 2020 ini, *Continuous Improvement Department* akan kembali mengadakan *Metamorphosis Competition* 2020 dengan Tema "IMBOOST FORCE" (*IMprovement BOOSTer FOR exCellent*). Mengapa Tim CI mengusung tema "IMBOOST FORCE"? Karena diharapkan *improvement* dari karyawan dapat meningkatkan produktivitas perusahaan seperti Produk Imboost Force yang dapat meningkatkan imunitas ditengah pandemi. Jadi, tunggu apalagi?! Langsung kirim ide *improvement* kalian beserta implementasinya kepada Tim CI. Dengan mengirim bukti implementasi kalian berkesempatan untuk mendapat hadiah menarik dengan menjadi kontributor terbaik setiap bulannya dan kalian juga berkesempatan mengikuti kompetisi tahunan yang akan diselenggarakan di bulan Oktober-November 2020.

See you at *Metamorphosis Competition* 2020 !!

Metamorphosis Competition

2020

Improvement Booster for Excellence

IM BOOST[®] FORCE



Ketentuan Umum

1. Peserta yang dapat mengikuti kompetisi ini adalah dari operator sampai manager.
2. Improvement initiative yang dikompetisikan harus sudah diimplementasi dan laporan direview oleh Tim CI CHAMPION.

Kriteria Penilaian

- Meningkatkan produktivitas
- Meningkatkan service
- Menghemat waktu
- Meningkatkan compliance/HSE
- Mengurangi waste/sampah
- Meningkatkan kualitas
- Mengurangi biaya



CI Champion

Best Performance

1. Kreativitas tim dalam memaparkan proyeknya (termasuk kostum dan cara presentasi)
2. Kekompakan tim dalam presentasi

Ketentuan Proyek

	QCI (IP)	QCC	QCP
Definisi	Implementasi proyek yang mudah, bisa dikerjakan sendiri & cepat	Aktivitas yang dilakukan sekelompok pekerja dalam suatu area kerja yang sama, secara bersama-sama melibatkan diri untuk menyelesaikan sebuah persoalan yang terjadi di tempat kerjanya	Aktivitas yang dilakukan sekelompok pekerja dari beberapa bagian, secara bersama-sama melibatkandiri untuk menyelesaikan sebuah persoalan yang terjadi di tempat kerja
Anggota	1 orang	2-4 orang dari 1 department	2-4 orang lintas department
Segmen Anggota	Grade 1-7	Grade 1-7	Grade 1-11

Reward

Platinum	Rp. 750.000,-	Rp. 2.500.000,-	Rp. 5.000.000,-
Gold	Rp. 550.000,-	Rp. 1.500.000,-	Rp. 3.000.000,-
Silver	Rp. 350.000,-	Rp. 1.000.000,-	Rp. 2.000.000,-
Bronze	Rp. 150.000,-	Rp. 250.000,-	Rp. 500.000,-
Best Performance		Rp. 500.000,-	Rp. 500.000,-
Kontributor terbaik (3 Improvement per bulan)	Voucher @150.000		
Most Contributor SS (min.10 SS per bulan per department)	Voucher @50.000 / 10 SS (maks. 2 voucher / bulan)		



SETIAP ANAK BISA JADI BINTANG: SGH DUKUNG KEGIATAN PAKARS MENGAJAR 2019 DI DESA SUKAMAKMUR, MESUJI, LAMPUNG

EVERY CHILD CAN BE A STAR: SGH SUPPORTED "PAKARS
MENGAJAR 2019" IN SUKAMAKMUR VILLAGE, MESUJI,
LAMPUNG

Selaras dengan *Purpose* dan *Vision* SGH, yaitu menjunjung kepedulian terhadap kehidupan manusia sebagai prioritas tertinggi, kami adalah perusahaan yang menghargai ke-sejahteraan masyarakat dan memperkenalkan gaya hidup sehat dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial. SGH mendukung kegiatan **Pakars Mengajar 2019** yang diselenggarakan oleh **Yayasan Visi Indonesia** di Desa Sukamakmur, Mesuji, Lampung, melalui donasi salah satu produk andalannya, yaitu Fitkom.

Kegiatan Pakars Mengajar 2019 ini diadakan pada tanggal 23-24 Agustus 2019, dengan salah satu sub-kegiatannya adalah **Kelas Inspirasi** yang ditujukan kepada siswa-siswi kelas 1-6 SD Sukamakmur. Kelas Inspirasi ini ditujukan agar setiap anak bisa memiliki **mimpi** besar dan memiliki **harapan** yang besar untuk mencapai cita-citanya dengan menerobos segala





“SEMUA ANAK BISA JADI BINTANG”

kemustahilan dan kekurangan, serta dapat memberikan dampak yang luar biasa bagi daerah asalnya.

Dihadiri oleh 128 murid SD yang dibagi menjadi 4 kelas, kegiatan Kelas Inspirasi ini berlangsung sangat meriah. Para relawan yang berasal dari berbagai profesi diantaranya profesi dokter, arsitek, *HSE staff*, *water-researcher*, *CEO*, *data-analyst*, masing-masing menjelaskan bidang pekerjaan mereka dengan disertai praktek atau peragaan menarik untuk membuat anak-anak SD memahami bidang pekerjaan yang digeluti para relawan.

Kelas Inspirasi ini diakhiri dengan setiap anak menuliskan cita-cita mereka di selembar kertas dengan hiasan bintang yang mereka buat menggunakan cat semprot warna-warni. Raut muka bahagia tercermin pada wajah para murid. Tidak hanya sampai di situ, kebahagiaan mereka-pun semakin sempurna dengan adanya pembagian **Fitkom Gummy Calcium** kepada setiap murid.

Pemberian Fitkom Gummy Calcium ini sesuai dengan kebutuhan mereka, yakni membantu memenuhi kebutuhan nutrisi (multivitamin dan mineral) agar anak tumbuh sehat, aktif, cerdas, serta dapat mencapai cita-cita mereka dan menjadi bintang, sama seperti gambar bintang yang ada pada kertas cita-cita mereka.

Bagaimanapun keadaan mereka saat ini, setiap anak harus punya kesempatan yang sama dan harus membangun harapan besar untuk menjadi orang yang berdampak luar biasa bagi negara ini di kemudian hari, dan dengan kesehatan yang menunjang dan kebesaran kuasa Tuhan, niscaya mereka dapat mencapai mimpi mereka.





In accordance with the Purpose and Vision of SGH, to hold the care of human life as our highest priority, we are a company that values the well-being of the community and promotes a healthy lifestyle in a socially responsible way. SGH supports a program called “*Pakars Mengajar 2019*” organized by **Yayasan Visi Indonesia** in Sukamakmur Village, Mesuji, Lampung, through the donation of one of its flagship products, Fitkom.

The program was held on August 23-24, 2019, with one of the sub-activities being the **Inspiration Class** aimed for students in grades 1-6 of Sukamakmur Elementary School. The program carried the purpose for every child to **dream** big and to create **hope** to achieve his/her ambition by breaking through all impossibilities and shortcomings, which in turn can create a tremendous impact for the nation.

Attended by 128 elementary school students and divided into 4 classes, the **Inspiration Class** activity created lots of enthusiasm. Volunteers from various professions including doctors, architects, HSE staff, water-researchers, CEOs, data-analysts, among others, explain their field

of work using interesting props or demonstrations for an easier understanding by the elementary school children.

This Inspirational Class ended with each of the children written their ambitions/dreams to become on a piece of paper decorated with stars they made themselves using colorful spray paint. Happy expressions revealed on the students' faces. To make their happiness more perfect, each of the children granted Fitkom Gummy Calcium. The donation of Fitkom Gummy Calcium is in accordance with children's needs to help meet their nutritional intake (multivitamins and minerals) so that children grow healthy, active, intelligent, and can realize their dreams and become stars, just like the star image on the paper aspirations they made.

Regardless of their current situation, every child must have equal opportunity and must build their hope to become a person who has an extraordinary impact for their country in the future. This can only be realized with such great power of God and sufficient health to support their optimal growth.

KESALAHAN SAAT MENGGUNAKAN MASKER



Di masa *new normal* seperti ini, penggunaan masker yang baik dan benar sangatlah penting agar kita terhindari dari #COVID-19. Melansir dari WHO inilah kesalahan umum saat penggunaan masker:

Pakailah masker yang baik dan benar sehingga kita terhindar dari #COVID-19



Jangan menggunakan masker yang kekecilan

Pakailah masker yang ukurannya pas sehingga dapat menutupi daerah dagu



Jangan menggunakan masker yang basah ataupun kotor

Pakailah masker yang kering dan tidak kotor untuk menjaga kebersihan



Jangan menggunakan masker yang tidak melindungi hidung dan mulut

Pakailah masker yang dapat menutupi daerah hidung, mulut dan dagu anda



Jangan menggunakan masker yang rusak atau robek

pakailah masker yang tidak rusak maupun robek



Jangan menggunakan masker yang membuat anda susah untuk bernafas

pakailah masker yang membuat anda nyaman dan bernafas dengan mudah

SOHO SERAHKAN DONASI PRODUK IMBOOST FORCE SENILAI RP 1,5 MILIAR MELALUI BNPB

SOHO Donated Imboost Force worth Rp 1.5 Billion for the COVID-19 Medical Team through BNPB

SOHO Global Health, perusahaan farmasi nasional yang telah berkiprah lebih dari 70 tahun untuk kesehatan Indonesia, menggelar program *Corporate Social Responsibility* (CSR) bertajuk "Solidaritas Imboost Care". Program tersebut merupakan pemberian donasi produk Imboost Force senilai Rp 1,5 miliar kepada Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB).

Penyerahan donasi digelar di Graha BNPB, Jakarta, pada Selasa (30/3/2020). Donasi produk Imboost Force tersebut diserahkan langsung oleh **Yuly Indarto, Strategy Management & Corporate Affairs SOHO Global Health** kepada **Kepala BNPB Letjen Doni Monardo**. Penyerahan tersebut juga disaksikan oleh **Widya Y. Putri, Marketing Manager Imboost & OTC Products** serta **Andre Rahadian, Ketua Ikatan Alumni Universitas Indonesia** yang juga **Ketua Relawan Medis dan Non Medis di BNPB**.

Dijelaskan Yuly, "Kami mengapresiasi rekan-rekan BNPB yang menjadi bagian Gugus Tugas Percepatan Penanganan Virus Corona atau Covid-19. Apresiasi saja tentu tidak cukup atas segala jerih lelah, dedikasi tanpa batas, dan pengorbanan tim Gugus Tugas serta tim medis yang telah berjuang di garda terdepan untuk penanganan pandemi Covid-19 ini".

Oleh karena itu, sebagai wujud solidaritas sekaligus dukungan SOHO kepada tim yang berada di garda paling depan ini, SOHO berkomitmen memberikan kontribusi dalam menghadapi masalah nasional Covid-19. Sebagai tahap awal, SOHO menyerahkan donasi produk Imboost Force senilai Rp 1,5 miliar kepada BNPB.



“Sebagai wujud solidaritas sekaligus dukungan SOHO kepada tim yang berada di garda paling depan ini, SOHO berkomitmen memberikan kontribusi dalam menghadapi masalah nasional Covid-19”

"Kami tetap berkomitmen untuk membantu gugus terdepan dalam penanganan Covid-19 ini, termasuk membantu penyediaan produk-produk yang dibutuhkan oleh para petugas medis dan masyarakat. Secara bertahap, SOHO juga akan memberikan donasi APD (Alat Pelindung Diri) untuk tim medis, dalam waktu dekat ini," katanya.

Sementara itu, Doni mengungkapkan, "Kami berterima kasih atas bantuan yang telah diberikan SOHO dalam mendukung kerja para petugas lapangan dan tim medis. Semoga gerakan dan dukungan seperti ini dapat diikuti oleh yang lain, sehingga moril mereka (para petugas di lapangan dan tim medis—red) dapat terpelihara. Sebab, mereka adalah orang terdepan dalam penanganan Covid-19."

Lebih jauh ia menjelaskan, penyaluran donasi Imboost Force dari SOHO ini akan diatur oleh Tim Relawan di BNPB, yang dikepalai Andre. "Tentu saja, bantuan ini akan diprioritaskan untuk tim medis, tim kesehatan, termasuk petugas lapangan seperti pengemudi ambulans," tutup Doni.

PT SOHO Global Health, a leading national healthcare company with a more than 70-year history, held a Corporate Social Responsibility (CSR) program titled "Solidarity Imboost Care". SOHO handed over Imboost Force donation worth Rp 1.5 billion to medical team through The National Disaster Management Authority (BNPB).

The donation was handed over at Graha BNPB, Jakarta, on Tuesday (3/30/2020) by **Yuly Indarto, Strategy Management & Corporate Affairs SOHO Global Health** to the **Head of BNPB, Letjen Doni Monardo**. Witnessed the occasion was **Widya Y. Putri, Imboost & OTC Products Marketing Manager** and **Andre Rahadian, Chairman of the University of Indonesia Alumni Association** who is also the **Chairperson of Medical and Non-Medical Volunteers at BNPB**.

Yuly explained, "We appreciate BNPB colleagues who are leading the Task Force for the Corona Virus Handling Acceleration of Covid-19. Appreciation is certainly not enough for all the hard work, relentless effort and dedication of the Task Force and medical teams who fought in the frontline for handling the Covid-19 pandemic."

Therefore, showcased our solidarity and support to the team at the forefront, SOHO is committed to contribute in dealing with this Covid-19 pandemic. As an initial stage, SOHO donated Imboost Force products worth Rp 1.5 billion to BNPB.

"We remain committed to assisting the frontline team in handling Covid-19, including donating products needed by the medical personnel and community. Among them, by donating PPE (Personal Protective Equipment) for the medical team in the near future," she said.

Meanwhile, Doni revealed, "We are grateful for the assistance that SOHO has provided in supporting the work of field workers and medical teams. Hopefully this kind of solidarity and support can be followed by others, so that their morale (officers in the field and medical team—red) can be maintained because they are the foremost people in handling Covid-19."

He further explained, the distribution of the Imboost Force donation from SOHO will be arranged by the Volunteer Team at BNPB, headed by Andre. "Of course, the distribution will be prioritized for the medical team, the healthcare team, including field officers such as ambulance drivers," concluded Doni.





CSR

IMBOOST AJAK MASYARAKAT BERPARTISIPASI MELAWAN CORONA SECARA DARING

Imboost Invites People to Participate Online to Fight Covid-19

SOHO Global Health selaku pemilik brand suplemen kesehatan Imboost termasuk yang aktif bergerak di tengah pandemi corona yang sedang melanda. Imboost aktif bergerak baik di digital maupun secara riil di lapangan.

Langkah nyata Imboost dalam melawan virus corona di lapangan adalah adanya CSR yang bernama Solidaritas Imboost Care. CSR tersebut telah bergerak sejak awal April dengan memberikan donasi kepada BNPB sebanyak 200 ribu kaplet Imboost yang berjumlah setara 1,5 miliar Rupiah untuk tenaga medis.

Yuly Indarto, Strategy Management & Corporate Affairs SOHO Global Health menjelaskan, "Selain ke BNPB, kami juga mendonasikan langsung kepada pihak rumah sakit rujukan untuk Covid-19 yang ada di Semarang, Surabaya dan juga ke daerah seperti Sukabumi dan beberapa daerah lainnya".

Selain turun langsung berjabat tangan menemui tenaga medis, Imboost juga aktif memberikan informasi yang edukatif terkait kesehatan di digital terutama media sosial. Selain sebagai sarana agar tetap dekat dengan konsumen, media sosial juga bisa untuk mempererat *engagement* dengan konsumen khususnya di era digital.

Contohnya adalah *campaign* terbaru yang dijalankan Imboost dengan mengajak masyarakat untuk bisa terlibat. *Campaign* bernama "Imboost Care" ini sangat menarik karena mengajak masyarakat berkontribusi hanya dengan cara memberikan *likes* pada postingan Imboost di Instagram, atau membeli produk di *official store* di *e-commerce*.

"Cara ini kita bikin untuk mengajak masyarakat ikut terlibat dalam gerakan perlawanan terhadap covid-19 tanpa harus membebankan menyumbang dalam bentuk uang tapi hanya dengan *likes* di Instagram atau membeli produk kami di *e-commerce* tanpa kenaikan harga. Kami akan memberikan donasi dari setiap transaksi di *e-commerce*", terang **Widya Y. Putri, Marketing Manager Imboost & OTC Products, SOHO Global Health.**

Sebagai bentuk partisipasi aktif, Imboost bahkan sudah bergerak sejak Januari 2020. Diantaranya dengan menyelenggarakan Forum Diskusi mengundang puluhan media cetak, online dan elektronik untuk mendengar langsung pembahasan tentang pencegahan penyebaran virus corona dari ahlinya, para KOL (*Key Opinion Leaders*) dokter-dokter ahli paru, ahli imun, dan respi anak.

Widya mengungkapkan setiap informasi yang disebar dari data yang *valid* atau *press release* yang telah dikonsultasikan terlebih dahulu dengan dokter-dokter ahli.

"Sebagai *market leader*, kami punya tanggung jawab sosial kepada konsumen dan masyarakat untuk menghadirkan dan menyebarkan berita dan informasi yang kredibel", ucapnya.



Menatap ke depan, keduanya sepakat selama masih berlangsung pandemi, Imboost akan tetap konsisten terus melakukan *campaign* yang berhubungan dengan edukasi kesehatan.

"Lalu kami juga tidak berhenti untuk membantu para tenaga medis yang sedang berjuang di garda terdepan, diantaranya melalui donasi APD (alat perlindungan diri) yang sangat diperlukan tim medis", ujar Yuly.

SOHU Global Health, the owner of immune supplement Imboost, is among those who actively participate in solidarity amidst pandemic covid-19. Imboost has actively played its role to fight covid-19 together via online (through its digital platform) and offline.

Imboost's concrete contribution in fighting corona virus in the field is by creating a CSR called "Imboost Care Solidarity". The CSR has been active since the beginning of April by giving donations to BNPB for medical personnel as many as 200k Imboost caplets, equals to 1.5 billion Rupiah.

Yuly Indarto, Strategy Management & Corporate Affairs of SOHU Global Health explained, "In addition to BNPB, we also donated directly to the referral hospitals for Covid-19 in Semarang, Surabaya and also to areas such as Sukabumi and many others".

Apart from providing support to medical personnel, Imboost also actively involved in educating society about health and immune system via digital platform, most importantly social media. Not only to stay close to consumer, social media also become an important platform to engage with customers in this digital era.

An example is the latest campaign powered by Imboost that invited people to participate to fight covid-19 together. The campaign called "Imboost Care" is very interesting because it invites people to contribute only by giving likes to Imboost posts on Instagram, or buying products at the official store in e-commerce.

"This way we get public involved in the solidarity to fight covid-19 without charging them to donate but simply giving likes on Instagram or buying our products in e-commerce without paying higher price. It's you buy we donate program - We will make a donation of every purchase being made via e-commerce," as explained by **Widya Y. Putri, Marketing Manager Imboost & OTC Products, SOHU Global Health.**

Showcased its active participation, Imboost has played its important role since January 2020. Among them by holding a Discussion Forum invited media colleagues to hear first-hand the discussion about preventing the spread of corona virus from medical experts, the KOL (Key Opinion Leaders) pulmonologists, immune experts, and respiratory pediatricians.



Widya explained all information disseminated to educate market were derived from valid data or press releases that had been consulted in advance with medical experts.

"As a market leader, we have social responsibility to consumers and the community we serve to disseminate only credible news and information," she said.

Going forward, both agree that during the coronavirus pandemic that is likely last longer, Imboost will continue to consistently carry out health campaigns to educate consumers and community.

"We will continue to provide support to medical personnel who are struggling at the forefront of this pandemic, including through donations of PPE (personal protective equipment) that are needed by the medical team," said Yuly.



#BERSAMALAWAN CORONA

Curcuma Plus

Curcuma Care
Ayo Ma, Beli Susu Curcuma
untuk Ikut Berdonasi!

Beli 1 box Susu
Curcuma Plus

=

Donasi 1 Susu
Curcuma Plus

bukalapak

Lazada

tokopedia

Shopee

Orami

Periode Donasi: 28 Mei - 11 Juni 2020

#JagaDayaTahanTubuh

www.curcumaplus.co.id

BANTU RINGANKAN DAMPAK COVID-19, CURCUMA PLUS SALURKAN DONASI 6.000 BOX SUSU

Trying to Ease the Impact of Covid-19, Curcuma Plus Distributes Donation of 6,000 Boxes of Curcuma Plus Milk

PT Soho Industri Farmasi melalui *brand* Curcuma Plus turut berperan aktif dalam membantu masyarakat Indonesia yang terdampak pandemi Covid-19 secara langsung. Salah satunya dengan menyalurkan donasi 6.000 box susu Curcuma Plus melalui Curcuma Care untuk mencukupi nutrisi anak di masa Covid-19.

Marketing Manager PT Soho Industri Farmasi, Yosaphat Hanantyo Riantomo mengatakan bahwa program *campaign* donasi Curcuma Care ini disalurkan melalui channel-channel digital dengan membuat Quiz Donasi serta berkerjasama dengan media INFOBRAND untuk donasi ke anak yatim piatu.

"Selain itu, kami juga melakukan donasi secara langsung ke panti asuhan, rumah singgah, rumah sakit rujukan Covid-19 melalui berbagai yayasan sosial maupun donasi untuk lapas anak

melalui tim relawan gugus tugas percepatan penanganan Covid-19," tutur Yosaphat saat diwawancara INFOBRAND.ID melalui surat elektronik.

Adapun dari total 6.000 box susu Curcuma Plus yang disalurkan, 5.000 box susu diantaranya disalurkan secara langsung via Quiz interaktif. Sementara 1.000 box susu disalurkan melalui media INFOBRAND.

"Aksi ini bertujuan untuk meringankan beban orang tua yang terkena dampak Covid-19. Walau banyak orang yang mengalami penurunan pendapatan, namun nutrisi anak harus selalu cukup. Oleh sebab itu, kami mendonasikan Curcuma Plus untuk dapat membantu menjaga daya tahan tubuh anak. Dengan kandungan nutrisi yang lengkap, anak akan tetap sehat di masa pandemi," jelasnya.

Di masa pandemi ini, kata Yosaphat, Curcuma Plus terus meningkatkan kesadaran konsumen akan produk alami yang organik dengan nutrisi yang lengkap yang membuat anak mendapatkan nutrisi seimbang dari makanan dan susu.

"Kami juga secara aktif mengomunikasikan *benefit* dari susu Curcuma Plus baik secara digital maupun *airing* (tayang) di TV," ujarnya.

Selain itu, Curcuma Plus juga terus mempertahankan momentum pertumbuhan penjualan dan profit dengan mengedepankan inovasi dan memperluas akses melalui berbagai *customer touchpoints* melalui digital dan online platform.

"Curcuma Plus selalu berinovasi dalam produk-produknya. Selain susu, saat ini kami juga sedang *me-launching* Curcuma Plus dalam tablet hisap dengan rasa yang enak sehingga anak lebih mudah mengonsumsi vitamin," tutup Yosaphat.



PT Soho Industri Pharmasi through its Curcuma Plus brand has played an active role in contributing to help people affected directly by Covid-19 pandemic. One of the contributions is by donating 6,000 boxes of Curcuma Plus Milk through Curcuma Care to fulfill children nutrition during Covid-19 pandemic.

Marketing Manager of PT Soho Industri Pharmasi, Yosaphat Hanantyo Riantomo said that Curcuma Care campaign program was channeled through digital platform via an interactive quiz for donation and working with INFOBRAND media to donate to orphans.

"We also donated directly to orphanages, shelter houses, Covid-19 referral hospitals via various charity foundations and juvenile prison via volunteer task force teams handling Covid-19," Yosaphat said during an interview with INFOBRAND.ID via electronic mail.

As for the total of 6,000 boxes of Curcuma Plus milk distributed, 5,000 boxes of milk were distributed directly via interactive Quiz, while the remaining 1,000 boxes of milk were distributed through INFOBRAND media.

"This solidarity aims to ease the burden on parents affected by Covid-19. Although a lot of parents may experience a decrease in income, children nutrition must always be sufficient. Therefore, we donate Curcuma Plus to be able to maintain children's immune system. With complete nutritional ingredients, children would stay healthy during this pandemic," he explained.

During this pandemic, Yosaphat replied, Curcuma Plus continues to increase consumer awareness of organic natural products with complete nutrition that important to help children obtain balanced nutrition from food and milk.





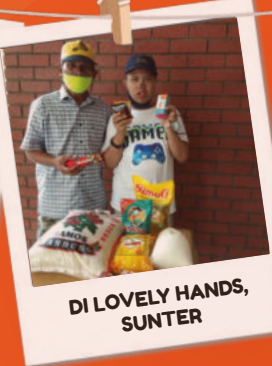
"We also actively communicate the benefits of Curcuma Plus Milk via digital channel and airing (broadcast) on TV," he said.

Moreover, Curcuma Plus also continues to maintain the momentum of sales and profit growth by promoting innovation and expanding access through a variety of customer touchpoints through digital and online platforms.

"Curcuma Plus always innovates in its products. Besides milk, we also recently launched Curcuma Plus in the form of lozenges (*tablet hisap*) with good taste so that children can consume vitamins more easily," Yosaphat concluded.

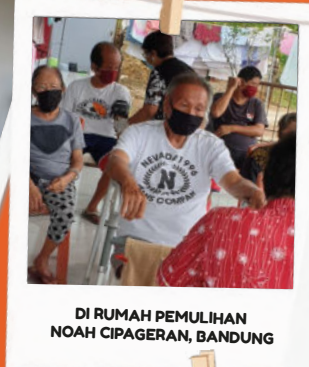
**“This solidarity
aims to help ease
the burden of
COVID-19 on
parents with
children.”**

**GALERI FOTO CSR
CURCUMA CARE**





PEMBAGIAN SUSU



DI RUMAH PEMULIHAN NOAH CIPAGERAN, BANDUNG



15 MEI 2020



YPA (YAYASAN PEDULI AMANAH BERSAMA)



**DI KP. CUKUP DESA NEGLASARI
KEC. PAKENJENG, GARUT
SELATAN**



21 JUNI 2020



PEMBAGIAN SUSU



**DI BANJARAN NAMBO DTP
ARJASARI BANDUNG**



21 MEI 2020

2019 SUPPLY & OPERATIONS TOWN HALL MEETING

Kontributor: Neni Yulina



Seluruh karyawan Supply & Operations berkumpul di lapangan olahraga PG6 untuk bersama-sama menghadiri acara puncak *Town Hall Meeting* (THM) 2019 dengan tema **UNITE TO WIN**. Tema ini diusung sebagai tema THM kali ini untuk memberikan penyegaran pada seluruh karyawan akan pentingnya persatuan dalam mencapai tujuan perusahaan. Pelaksanaan THM di tahun 2019 ini berbeda dari tahun-tahun sebelumnya. THM kali ini diawali dengan Pekan Olahraga yang dilaksanakan pada 19 Agustus hingga 16 September 2019 dan ditutup dengan acara puncak pada hari Jumat, 15 November 2019.

Seluruh divisi di S&O ikut serta dalam Pekan Olahraga ini. Olahraga yang dipertandingkan terdiri dari 9 cabang olahraga. Acara yang digelar di fasilitas lapangan olahraga PG6 dan lapangan bulutangkis *indoor* Palad, Pulogadung, berlangsung meriah. Seluruh peserta dan supporter terlihat sangat antusias dan bersemangat dalam mengikuti perlombaan.

Acara puncak THM turut dihadiri oleh Bapak Rogelio C. La O' Jr, Presiden Direktur SOHO Global Health dan Ibu Yuliana Tjhai, SEVP, *Legal Compliance, Internal Audit, Corporate Secretary and Human Resources* SOHO Global Health.

Pada acara tersebut Ibu Yuliana Tjhai mewakili manajemen memberikan kata sambutan dimana beliau menyampaikan rasa bangga terhadap segenap keluarga besar Supply & Operations yang senantiasa memberikan kontribusi terbaiknya bagi perusahaan di tengah-tengah persaingan bisnis yang luar biasa ketat.

“Harapan besar dengan diadakannya acara THM adalah agar seluruh karyawan bisa semakin kompak baik di divisinya masing-masing maupun antar divisi.”

Ibu Kalista Utama dan Bapak Raphael Aswin juga ikut menyampaikan kata sambutan dan memaparkan *achievement* yang telah diraih sepanjang tahun 2019 serta tantangan ke depan bagi tim S&O.

Segera setelah foto bersama dengan seluruh peserta, acara dilanjutkan dengan agenda *Division Performance* dengan tema olahraga dan pengumuman penghargaan yaitu antara lain SOSA (*Soho Safety Awareness*) *Competition*, *Metamorphosis Competition* (*Continuos Improvement*), *5R Competition* dan *Best Employee*. Cuaca yang panas tidak menyurutkan semangat peserta untuk menampilkan yang terbaik, mulai dari kostum, properti, musik hingga koreografi yang menarik, menjadikan acara hari itu semakin seru dan berkesan. Sambil menunggu keputusan juri, seluruh peserta diajak ikut serta dalam acara pengundian *doorprize* berupa hadiah-hadiah menarik kepada 5 peserta yang beruntung.

Acara hari itu ditutup dengan pengumuman Juara Umum THM 2019 dimana yang meraih *Platinum Award* adalah Kelompok *Supply Chain, Warehouse* dan *OM*, *Gold Award* diraih oleh Kelompok *Produksi I*, *Silver Award* oleh Kelompok *Quality Operation* dan *Bronze Award* oleh Kelompok *Produksi II*, Kelompok *Technical Service and Maintenance* dan Kelompok *R&D-RPV*.

Harapan besar dengan diadakannya acara THM adalah agar seluruh karyawan bisa semakin kompak baik di divisinya masing-masing maupun antar divisi. Dengan tetap menjaga semangat **UNITE TO WIN**, karyawan diharapkan dapat senantiasa bekerja bersama untuk mencapai tujuan perusahaan.

All Supply & Operations employees gathered at PG6's sports field to attend Town Hall Meeting (THM) 2019 which has a theme "**Unite To Win**". This theme was chosen for THM this year to remind employees the importance of unity in achieving company's goals. THM in 2019 held differently from previous years. This time THM begins with "*Pekan Olahraga*" which took place on August 19th until September 16th, 2019, and the summit closed on Friday, 15th November 2019.

All divisions in S&O are involved in this "*Pekan Olahraga*" event. There are 9 sports activities in the competition line. The event which was held at PG6's sports field and badminton court at Palad was fun and lively. Participants and supporters are really enthusiasts and eager to participate.

At the summit of the THM, the event was also attended by Rogelio C. La O 'Jr, President Director of SOHO Global Health and Yuliana Tjhai, SEVP, Legal Compliance, Internal Audit, Corporate Secretary and Human Resources of SOHO Global Health. At the event Yuliana Tjhai representing the management gave speech where she expressed her gratitude for all the Supply & Operations employees, for their best contribution to the company in the middle of fierce business competition.

Kalista Utama and Raphael Aswin S. also delivered and explained the achievements throughout 2019 and the challenges ahead for the S&O team.



Right after the group photo with all participants, the event continued with the Sport-themed Division Performance agenda and award announcements including SOSA (Soho Safety Awareness) Competition, Metamorphosis Competition (Continuous Improvement), 5R Competition and Best Employee. The hot weather did not dampen the enthusiasm of the participants to show their best performance, ranging from costumes, property, music to interesting choreography, making the day's event more exciting and memorable. While waiting for the jury's decision, all participants were invited to take part in the door prize with attractive prizes for 5 lucky participants.

THM 2019 event was wrapped with the announcement of the 2019 THM Champion in which Supply Chain, Warehouse and OM Group won the Platinum Award followed by the Gold Award won by the Production Group I, the Silver Award won by the Quality Operations Group and the Bronze Award won by the Production Group II, the Technical Service Group and Maintenance and R & D-RPV Group.

The intention of this event was to build good teamwork among employees either in their division and also collaboration between divisions. Keeping the spirit of **"UNITE TO WIN"**, employees could work as a team to achieve the company's goals.



POA PROFESSIONAL PRODUCTS 2020 - ACTIVATE 573: FASTER, STRONGER, HIGHER

Kontributor: Carolina Suaranto

Berlokasi di Hotel Santika, Kelapa Gading, SOHO PP menggelar *annual sales event*. Acara yang digelar sejak tanggal 9 sampai dengan 11 Januari 2020 di Jakarta ini disebut PoA (*Plan of Action*) mengangkat tema "*Activate 573: Faster, Stronger, Higher*".

Sebagai evaluasi atas kinerja tahun 2019, SOHO PP berhasil mencapai *sales* 489 Milyar, 101% vs. *budget* dan tumbuh 14% vs. 2018. Pencapaian ini merupakan prestasi bagi tim PP, setelah 6 tahun menerapkan *compliance* dalam berinteraksi dengan *Healthcare Professionals* (HCP) berhasil menjawab tantangan target yang diberikan. Pertumbuhan ini jauh di atas pertumbuhan *market*, namun tantangan kedepan jauh lebih besar.

SOHO PP menargetkan pertumbuhan sebesar 17,3% di tahun 2020. Target SOHO PP sebesar 573 Milyar dalam bentuk kunci *Activate 573* secara simbolis telah diserahkan oleh Pak Sugiharjo selaku VP *Medical* kepada Pak Widodo Liem selaku *Sales Director* beserta jajaran SM & DM. Semua tim berkomitmen untuk melakukan perbaikan di berbagai aspek untuk mewujudkan target tersebut dengan berpegang teguh pada *core value* yakni Integritas Mutlak. *Ceremony* dilanjutkan dengan pembacaan bersama Pakta Integritas oleh *team leader* PP dan diteruskan dengan yel-yel *Activate 573!* Kami Bisa! #2020HarusMenang.

**Activate 573! Kami Bisa!
#2020HarusMenang**

Strategi PP untuk mencapai target 2020 adalah fokus pada penambahan jumlah *prescriber* melalui penambahan 24 *Field Force* dan ekspansi *coverage* menjadi 30.000 HCP dengan terus menggerakkan roda *demand* khususnya di *Hospital* dan OSS. Tim PP harus bergerak cepat, semakin kuat untuk mencapai puncak, menggema seiring dengan kekompakan tim menyanyikan Mars PoA PP 2020.

Rangkaian acara dilanjutkan dengan pemaparan strategi *marketing* dari beberapa *brand* unggulan SOHO PP diantaranya Imboost Force, Asthin, Noroid dan Curcuma group dimana kita menargetkan *growth* 20% untuk Imboost Force, *gain back leadership position* untuk Asthin, dan *growth* 23% untuk Curcuma group.

Tim PP juga kembali diyakinkan akan komitmen dan saling memberi dukungan untuk bersama-sama menjawab tantangan 2020 sesuai peran masing-masing fungsi. Turut hadir dalam PoA kali ini perwakilan dari PPG, DPT, *Finance*, *Compliance & Audit* serta *Medical Affairs*.

Acara PoA berlangsung selama 3 hari, yang terdiri dari: Hari pertama *Training Basic Medical Knowledge & Product Knowledge*; hari kedua Pemaparan Strategi PP 2020 dan hari ketiga *Workshop* Presentasi oleh DM.

Acara ditutup dengan penyampaian *Take Home Message* dan pemberian penghargaan *Best Achiever* DM dan MR Tahun 2019 yang meliputi pencapain target total PP, *Hospital* dan OSS.

Event di Hotel Santika, Jakarta untuk Region Jakarta dan Sumatera ini akan dilanjutkan dengan *roadshow* di Surabaya untuk *Region East* tanggal 16-18 Januari 2020 dan Solo untuk *Region Central* di tanggal 20-22 Januari 2020. Rangkaian *roadshow* ini diharapkan akan memantapkan kesiapan tim dalam mewujudkan target 2020.





All teams are committed to making improvements in various aspects to realize these targets, guided by our core value of Absolute Integrity. The ceremony continued with the declaration of the Integrity Pact by the PP team leader and continued with the yel-yel Activate 573! *Kami Bisa!* # 2020Harus Menang.

PP's strategy to achieve 2020 target is to focus on increasing the number of prescribers through an addition of 24 Field Force and expansion of coverage to 30,000 HCP. As an enabler to achieve this target we need to generate demand in Hospital and also OSS. PP Team needs to move faster, getting stronger and higher to reach the top, in harmony with Mars PoA PP 2020 sang by the team.

Located at Santika Hotel, Kelapa Gading, SOHO PP held an annual sales event. The event which was held from 9 to 11 January 2020 in Jakarta was called PoA (Plan of Action) carried out the theme "Activate 573: Faster, Stronger, Higher".

Evaluating 2019 performance, SOHO PP had successfully achieved sales of 489 billion, 101% vs. budget and grew 14% vs. 2018. This showcased a great achievement for PP team, after 6 years of implementing compliance in interaction with Healthcare Professionals (HCP) we had successfully realized the targets. Our growth is far above market, but even bigger challenges remain.

SOHO PP is targeting growth of 17.3% in 2020. SOHO PP's target of 573 Billion in the form of the Activate 573 key has been symbolically submitted by Mr. Sugiharjo as VP Medical to Mr. Widodo Liem as Sales Director and the group of SM & DM staff.





The series of events continued with presentation of marketing strategies from SOHO PP's leading brands including Imboost Force, Asthin, Noroid and Curcuma group where we targeted 20% growth for Imboost Force, gain back leadership positions for Asthin, and 23% growth for the Curcuma group.

PP team was also reassured by the commitment and support of all units within their respected roles to collaborate to meet 2020 challenge. Also present at the PoA were representatives from PPG, DPT, Finance, Compliance & Audit and Medical Affairs.

The PoA event lasted for 3 days, consisting of: The first day to emphasize Basic Medical Knowledge & Product Knowledge Training; second day Presentation of PP 2020 Strategy and third day Presentation Workshop by DM.

The event was closed with Take Home Message and the awarding to the Best Achiever DM and MR in 2019 which included the achievement of total PP, Hospital and OSS targets.

The event at the Santika Hotel, Jakarta was intended for the Jakarta and Sumatra Region. The roadshow will be continued in Surabaya for the East Region on January 16-18, and Solo for the Central Region on January 20-22. These series of roadshow is expected to strengthen the team's readiness in realizing 2020 targets.

Faster-Stronger-Higher
#2020HarusMenang

REGION MEETING - CONSUMER HEALTH 2020

Kontributor: Erlin Nurlia

Mengawali tahun 2020 team CHD melakukan serangkaian *roadshow* ke 4 (empat) *region* dalam rangka memaparkan strategi dan rencana kerja di tahun 2020, yang dilakukan di kota berikut ini:

Region Jabo-Laponti : Hotel Santika, Kelapa Gading, 9–11 Januari 2020

Region Sumatera: Hotel Aston, Palembang, 13–15 Januari 2020

Region East: Hotel Kampi, Surabaya, 16–18 Januari 2020

Region Central & Kal: Hotel Aston, Solo, 20–22 Januari 2020

Bu Andrey Septiana selaku VP *Sales Healthcare* dan Bu Sylvia Rizal selaku VP *Marketing Healthcare* memaparkan hasil pencapaian 2019 dimana CHD tumbuh 12% yang didorong oleh pertumbuhan tinggi di *Modern Trade* terutama *Apotik Group* dan *Minimarket*, *Sub-Dist* dan *MTI*, namun tantangan masih ada di *channel Medical Retail* yang stagnan dan kinerja tim yang masih rendah.

Selanjutnya dipaparkan pula strategi marketing dan dukungan yang diberikan untuk produk-produk unggulan CHD di semua *channel* serta strategi agar *team sales* berkinerja tinggi dan tumbuh 25% di tahun 2020 ini.

Untuk mempersiapkan tim menghadapi tantangan besar ini “*Dare to Win*” menjadi tema *roadshow* dengan menekankan 3 kunci sukses.

Pertama, Perkuat *Demand* dengan memenangkan *availability* dan *visibility* di toko untuk seluruh NPD Imboost Effervescent & Imboost Lozenges, dan *Relaunch* Fitkom, Curcuma Plus Vitamin dan Diapet 10s.

Kedua, Perkuat *Sales Operation Excellence*, transformasi menjadi *sales team* berkinerja tinggi dengan *leadership* kuat, disiplin, berintegritas dan berani menang di semua pertempuran

Ketiga, Eksekusi Sempurna di semua *channel* terutama *Modern Trade*, *Medical Retail*, PBF Grosir dan Sub-Dist

Rangkaian acara ditandai dengan melakukan “*Toast*” Imboost Effervescent secara simbolis atas komitmen untuk mensukseskan semua NPD dan acara ditutup dengan perumusan *building block* sebagai komitmen pencapaian masing-masing region di kuartal 1.

“Untuk mempersiapkan tim menghadapi tantangan besar ini “*Dare to Win*” menjadi tema *roadshow*”



Earlier in 2020 CHD team conducted a series of roadshows to 4 (four) regions in order to communicate strategies and work plans in 2020, which were held in the following cities:

Region Jabo-Laponti : Hotel Santika, Kelapa Gading, January 9-11, 2020

Region Sumatera: Hotel Aston, Palembang, January 13-15, 2020

Region East: Hotel Kampi, Surabaya, January 16-18, 2020

Region Central & Kal: Hotel Aston, Solo, January 20-22, 2020

Bu Andrey Septiana as VP Sales Healthcare and Bu Sylvia Rizal as VP Marketing Healthcare explained the achievement in 2019 where CHD grew by 12% driven by high growth in Modern Trade especially Pharmacy Group and Minimarket, Sub-Dist and MTI. However challenges still remain in Medical retail channel where we experienced stagnant progress and low team performance.

The series of events continued with presentation of marketing strategy and support provided for CHD's superior products in all channels as well as the strategy for sales team to perform high and grow by 25% in 2020.



To prepare the team to face this great challenge "**Dare to Win**" became the theme of the roadshow by emphasizing 3 keys to success.

First of all, Strengthen Demand by winning availability and visibility in stores for all NPD Imboost Effervescent & Imboost Lozenges, and Relaunch Fitkom, Curcuma Plus Vitamins and Diapet 10s.

Secondly, Strengthen Sales Operation Excellence, turn into a high-performance sales team with strong leadership, discipline, integrity and dare to win in all battles.

Lastly, Flawless execution in all channels, especially Modern Trade, Medical Retail, Wholesale PBF and Sub-Dist.

The series of events was continued by a symbolic "Toast" of the Imboost Effervescent to commit for the success of all NPDs and the event was closed with the formulation of a building block as a commitment to achieving what was targeted for each region in the first quarter.





BRACH MANAGER MEETING PPG PERDANA DI TAHUN 2020: TEAM UP TO WIN AGAIN! TOGETHER WE BUILD STRONG PARTNERSHIP AND COLLABORATION

First PPG Branch Manager Meeting in 2020:
Team Up to Win Again! Together We Build
Strong Partnership and Collaboration

Kontributor: Patricia Amanda

A cara *Branch Manager Meeting PT Parit Padang Global* perdana di tahun ini diselenggarakan pada tanggal 17-21 Februari 2020 di Hotel Harris Kelapa Gading, Jakarta dengan tema "*Team Up to Win Again! Together We Build Strong Partnership and Collaboration*".

Dengan mengangkat tema kerjasama dan kolaborasi yang lebih kuat, seluruh pemimpin cabang yang terdiri dari 25 *Branch Manager* dan 6 DTSM dari 25 cabang PPG di seluruh Indonesia diharapkan dapat membangun kerjasama dan kolaborasi dengan baik dengan seluruh tim di cabang, tim di PPG pusat, maupun dengan prinsipal-prinsipal yang bermitra dengan PPG. Di acara tahunan ini, PPG juga turut mengundang prinsipal-prinsipal untuk membahas kinerja dan pencapaian PPG di tahun 2019 serta strategi bisnis dan perbaikan yang akan dilakukan di tahun 2020.

Rangkaian acara dimulai dengan pembacaan PVCV SGH dan menyanyikan lagu Mars SOHO Global Health, dilanjutkan dengan video biografi untuk mengenang Alm. Bapak Johan, Kepala Cabang PPG Palembang yang berpulang pada bulan Oktober 2019 lalu. Rangkaian acara kemudian dilanjutkan dengan video pemaparan singkat pencapaian SGH dan PPG di tahun 2019 oleh Bapak Tan Eng Liang selaku *President Commissioner* SGH dan Bapak Rogelio "Cooley" selaku *President Director* SGH. Secara keseluruhan, PPG mengalami lonjakan kenaikan yang sangat baik di 2019 jika dibandingkan dengan 2018 dalam hal pertumbuhan *sales*, *EBITDA*, dan *Working Capital*. Manajemen juga mengharapkan adanya pemikiran yang baru, kreatif, dan *out of the box* untuk menghadapi tantangan yang akan datang di tahun 2020.

Momen indah ini juga dimanfaatkan untuk mengapresiasi kinerja karyawan PPG di tahun 2019. Sebagai puncak acara dan penutup rangkaian kegiatan BM Meeting, PPG menggelar *Gala Dinner* dan ajang penganugerahan *PPG Award 2019* dengan mengangkat tema olahraga yang terdiri dari 7 kategori untuk cabang-cabang terbaik, peserta meeting terbaik, dan *most supportive Head Office* PPG yang banyak berkontribusi membantu cabang untuk mencapai target yang sudah ditetapkan. Untuk semakin memeriahkan *Gala Dinner & PPG Award 2019*, diadakan pula Senam SKJ '88 bersama dan juga kompetisi kostum dan *performance per region*. Setiap peserta terlihat sangat antusias dan bersemangat kala mengikuti acara ini. Tak ketinggalan, setiap peserta juga bisa berfoto di *photobooth* yang sudah disediakan dan membawa kenang-kenangan berupa hasil cetakan foto yang bisa dipajang di meja kerja masing-masing.

Antusiasme seluruh peserta meeting tidak pudar selama kegiatan *BM Meeting* berlangsung meskipun jadwal acara cukup padat. Dengan adanya diskusi yang interaktif antara cabang dengan pimpinan pusat dan prinsipal seluruh peserta bisa memahami dengan baik strategi untuk mencapai target 2020 dan bagaimana cara untuk mengeksekusinya.

Dengan adanya kerja sama dan kolaborasi yang lebih baik dan lebih kuat, PPG siap untuk berlari lebih cepat dan bertumbuh lebih pesat demi tercapainya visi menjadi distributor farmasi yang terkemuka.

**Empowering collaboration,
accelerating growth!**



First PPG Branch Manager (BM) Meeting in 2020 was held on 17-21 February 2020 at Harris Hotel, Kelapa Gading, Jakarta with theme **“Team Up to Win Again! Together We Build Strong Partnership and Collaboration”**.

In accordance with strong partnership and collaboration theme, all PPG branches leadership team which consists of 25 Branch Managers and 6 DTSM, are expected to build better partnership and collaboration with all teams in branches, Head Office, and principals. And in this annual meeting, PPG invited several principals to share PPG performance and achievements in 2019, and also business strategy and improvements to be implemented in 2020.

This annual BM meeting was started with SGH PVCV and Mars SGH, continued by biography video of Bapak Johan, former BM of PPG Palembang, who passed away last October. Following this opening ceremony, welcoming & brief presentation videos of SGH & PPG achievement in 2019 by Bapak Tan Eng Liang as President Commissioner SGH and Rogelio “Cooley” as President Director SGH were screened. Overall, PPG had a great improvement in sales growth, EBITDA, and Working Capital in 2019. SGH Leadership also expected new, creative, and ‘out of the box’ perspective from branches leadership to face upcoming challenges in 2020.





To celebrate PPG achievements and appreciate employees' performance in 2019, Gala Dinner and **PPG Award 2019** was held to close this series of event on the last day by raising "sport" theme. PPG Award 2019 consists of 7 categories for best branches, best meeting participants, and most supportive PPG Head Office who contributed optimally to support branches achieving their targets. Moreover, workout using SKJ '88, costume competition, and performance per region competition were held to enliven this closing event. Last but not least, all participants had a chance to pose on the photo booth and bring home the printed result of their photos.

Spirit and enthusiasm of all participants were maintained during this event, even though it was pretty intense. Along with interactive discussion among branches, head office, and principals, all participants could understand target & strategy better, and understand how to execute them in 2020.

With the existence of better and stronger partnership and collaboration, PPG is ready to run faster and grow bigger to reach the vision, to be the leading pharmacy distributor nationwide.

**Empowering collaboration,
accelerating growth!**



EVENT

MUSYAWARAH UNIT KERJA (MUSNIK) XIII FSP FARKES REFORMASI UNIT KERJA PT SOHO INDUSTRI PHARMASI

Kontributor: Inge Fatwana

Musyawah Unit Kerja (MUSNIK) XIII Federasi Serikat Pekerja Farmasi dan Kesehatan Reformasi (FSP Farkes Reformasi) Unit Kerja PT Soho Industri Farmasi dilaksanakan pada tanggal 21 Desember 2019 di PT Soho Industri Farmasi, Jl. Pulogadung No 6, Kawasan Industri Pulogadung, Jakarta.

MUSNIK XIII diadakan untuk menetapkan Pimpinan Unit Kerja (PUK) periode 2019 – 2022. Sebelum MUSNIK dilakukan, telah dibentuk Panitia Pelaksana Kegiatan MUSNIK XIII dengan Sdr. Yuman Hadi sebagai Ketua Pelaksana. Penetapan Pimpinan Unit Kerja periode 2019 – 2022 dilakukan melalui 3 tahapan proses yaitu penjurangan bakal calon dari masing-masing bagian, penyebaran surat suara kepada anggota serikat pekerja dan pelaksanaan acara MUSNIK pada tanggal 21 Desember 2019.

Acara MUSNIK XIII dengan tema **“Harmonisasi dengan Perusahaan yang Berintegritas dan Profesional”** dimulai pada pukul 09.00 WIB dengan jumlah anggota yang hadir sebanyak 72 orang dan undangan 6 orang. Acara diawali dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya, Mars FSP Farkes Reformasi dan Mars SOHO,

dilanjutkan dengan penyampaian kata sambutan, laporan pertanggungjawaban PUK periode 2016-2019, perhitungan suara, penetapan Ketua Umum, sidang penyusunan pengurus dan pelantikan Pimpinan Unit Kerja periode 2019-2022.

Dalam sambutannya, Ibu Kalista Utama selaku *Vice President Manufacturing* yang mewakili manajemen menyampaikan terima kasih kepada Pimpinan Unit Kerja periode 2016 – 2019 atas kontribusi dan dukungan penuh untuk kemajuan SOHO dan hubungan perusahaan dengan serikat pekerja yang selama ini telah terjalin dengan baik dan harmonis.

Pimpinan Unit Kerja merupakan garda terdepan yang mewakili anggota serikat pekerja, oleh karena itu selain memperhatikan kepentingan anggota serikat, Pimpinan Unit Kerja diharapkan bisa menjembatani, memfasilitasi, meluruskan sesuai dengan kepentingan yang jauh lebih besar, bukan kepentingan individu dan diharapkan tidak ada benturan kepentingan. Harapan Pak Tan dan manajemen kedepannya agar hal-hal yang sudah baik agar terus dipertahankan, antara lain hubungan yang harmonis dan pengertian terhadap perkembangan industri dan situasi perusahaan dari waktu ke waktu.

Ketua Dewan Pimpinan Pusat FSP Farkes–R, Bapak Idris Idham dalam sambutannya menyampaikan bahwa setiap pengurus harus mempunyai konsep, menghargai hubungan yang harmonis, dan belajar melakukan lobi dengan ikhlas .

Ketua Dewan Pimpinan Daerah FSP Farkes–R yang diwakili oleh Bapak Siswoyo menyampaikan bahwa anggota serikat dan PUK harus kompak untuk kemajuan bersama Perusahaan.

Dalam laporan pertanggungjawaban, Bapak Sunyatno selaku Ketua Umum PUK periode 2016 - 2019 menyampaikan sejarah singkat berdirinya organisasi serikat pekerja di PT Soho Industri Pharmasi pada tahun 1982, pengurus-pengurus periode sebelumnya, dan kegiatan- kegiatan yang sudah dilakukan selama periode 2016 – 2019. Laporan pertanggungjawaban tersebut dapat diterima oleh anggota serikat yang hadir.

Dari perhitungan surat suara, suara terbanyak jatuh kepada Sdr. Hidayaturohman, bagian Produksi *Solid Tableting*, sehingga secara resmi yang bersangkutan menjabat sebagai Ketua Umum. Bersama dengan 4 calon lainnya yang mendapatkan suara mayoritas, Sdr. Hidayaturohman membentuk kepengurusan untuk periode 2019 – 2022.

Setelah melalui sidang formatur yang alot dan panjang, terbentuklah Pimpinan Unit Kerja FSP Farkes-R PT Soho Industri Pharmasi masa bakti tahun 2019 - 2022 dengan susunan sebagai berikut:

	KETUA	SEKRETARIS	BENDAHARA
UMUM	Hidayaturohman	Agus Supriatman, S.H.	Joni Asipu
1	Sunyatno	Saliman	Wiwik Herawati
2	Nurtanto, S. Pd.	Sigit Rahmadi	Trias Yudianto
3	Ahmad Muhajir	Agus Farkhan Gozali	



BAKSO VIRAL ANTRI SAMPAI 3 JAM!!

Kontributor: Ika Puspita

Akhir-akhir ini Netizen dibikin ngiler dengan Bakso yang lagi viral yaitu Bakso Lobster. Hah? Bakso Lobster? Emang ada Bakso Lobster? Yupps Bakso Lobster Terletak di kawasan Cibitung, Bekasi, Jawa Barat. Bakso Lobster Geger Armada langsung menyita perhatian netizen Indonesia setelah viral di Twitter. Dan kalian rela antri 2-3 jam agar mendapatkan kenikmatan Hakiki untuk menikmati Bakso Lobster yang lagi ngehits ini.

Ya, sesuai dengan namanya, kreasi bakso yang satu ini menggunakan lobster sebagai salah satu bahan utamanya. Bakso lobster yang dibanderol dengan harga Rp 40 ribu saja sudah dapat dinikmati dengan harga yang sangat terjangkau untuk ukuran Lobster. Tak hanya itu, bakso lobster ini disajikan dengan tiga butir bakso kecil, mie, sayur, kuah kaldu, dan satu lobster utuh dibalut dengan daging, serta saus sambal sebagai pelengkap. Varian lainnya ada bakso beranak seharga Rp 15 ribu, dan bakso balungan seharga Rp 20 ribu.

Sang penjual mengungkapkan alasan harga bakso lobster yang murah tersebut dikarenakan lobsternya didatangkan langsung dari Cilacap, oleh keluarga. So bagi kalian yang tertarik untuk menikmati bakso lobster dengan harga murah ini, kalian bisa datang ke warung tersebut pada pukul 11 siang dan tutup pukul 10 malam. Namun kalian harus bersiap untuk menunggu yaaa.. Bakso lobster tersebut terletak di Perum Permata Regency, Blok G4 No 58, Bekasi.



**“HARGA BAKSO LOBSTER
DIBANDEROL DENGAN HARGA
RP 40 RIBU PER PORSI”**

BARU!



**GENERASI BARU EFFERVESCENT
CEPAT MELINDUNGI!**



**Immune Booster
+ Vitamin C**