

SOHO Insight

Internal Magazine

EDISI JANUARI - AGUSTUS 2017



SGH WON INDONESIA WOW BRAND AWARD 2017

PROFILE

Sylvia A. Rizal

Change to Win, Kita Pasti Bisa!

EVENT

ANNUAL MEETING PPG & STRATEGY

TRANSFORMATION PPG

SUSUNAN REDAKSI

Penasihat Umum
Rogelio C. La O' Jr.

Pemimpin Umum
Piero Bramibati

Redaktur Pelaksana
Adhia Azka
Sundry Debataraja
Yully Indarto

Desainer Grafi
Erlangga Adsurya
Mentari Khalunnisa

Penerjemah
Aulia Meidiska
(Himpunan Penerjemah Indonesia 01-15-1620)

Kontributor
Ika Puspita, Rery, Ferry, Heru Kurniawan,
Lucky Lia Faiza, Vonny Simon, Marisa Primayulies

Sekretaris Redaksi
Mella Amelia Marza

Distribusi & Sirkulasi
Pri Herawati

Alamat Redaksi
Public Relations Department
Human Capital Development & Public Affairs
Jl. Rawa Sumur II Kav. B.83 Jakarta 13030
E-mail: public.relations@sohoglobalhealth.com
Phone: +6221 2985 888 ext. 7783
Fax: +6221 4683 2588
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 menambah wawasan. Foto atau tulisan dikirimkan melalui e-mail berikut: public.relations@sohoglobalhealth.com. Syarat-syarat pengiriman artikel, antara lain:

1. Naskah dikirim dalam bentuk softcopy atau hardcopy, diketik dengan font Arial, size 11, spasi 1,5.
2. Naskah tulisan tidak mengandung unsur Suku, Agama, Ras dan Antargolongan (SARA).
3. Naskah hasil saduran atau terjemahan harus mencantumkan sumber tulisan.
4. Redaksi berhak mengedit naskah yang dimuat tanpa bermaksud mengubah makna tulisan.
5. 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

04 | Greetings from the CEO

HIGHLIGHT

06 | Curcuma Plus Raih Top Brand for Kids & Teens Award 2017



08 | Empat Produk SGH Raih Indonesia WOW Brand 2017

10 | Perolehan Sertifikasi Organik untuk Fasilitas SCEHR & Inovasi yang Diinisiasi R&D SGH



21 | PPG BRANCH MANAGER MEETING & STRATEGI TRANSFORMASI UNTUK MENJAWAB TANTANGAN BISNIS



24 | Tingkatkan Kebersamaan Melalui Halalbihalal SOHO Global Health

26 | SGH Kembali Tandatangani MoU dengan BPPT

28 | Kerjasama Toll In Manufacturing dengan Nu Skin

PROFILE

15 | Sylvia A. Rizal: Change to Win, Kita Pasti Bisa!

CULTURE

30 | SGH Living the Values

32 | Proyek Continuous Improvement

EVENT

36 | SOHO Global Health Turut Ramaiakan Indonesia Natural Product Expo 2017

40 | Kunjungan Kementerian Kesehatan ke Fasilitas Produksi SOHO Global Health

44 | Peresmian Penggunaan SAP di PPG dan Penutupan Sales PPG Menggunakan SAP

46 | Iklan TV Baru Imboost

47 | Peluncuran Fitkom Gummy Special Edition

48 | Cegah Penyakit Degeneratif dengan Astaxanthin

52 | Mengenal Penyakit Menular Seks (PMS) dan HIV AIDS

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

54 | SOHO Global Health Dukung Pengobatan Gratis di Gua Maria Kerep Ambarawa

56 | Galeri Foto

HEALTH CLINIC

58 | Tips Menambah Nafsu Makan Pada Anak



60 | Kuliner

62 | Kulis

GREETINGS FROM THE CEO



Rekan-rekan SGH yang terkasih,

Merek-merek unggulan SGH terus mendominasi segmen pasar: **Imboost** menduduki **peringkat #1 produk farmasi dengan penjualan tertinggi di Indonesia** dan kita terus memimpin pasar multivitamin anak. Pada bulan Maret 2017, empat merek unggulan kita – Fitkom, Curcuma Plus, Laxing, dan Diapet – meraih penghargaan **Indonesia WOW Brand Award 2017**. Kemudian pada bulan Mei 2017 kita kembali menerima penghargaan untuk produk Curcuma Plus melalui **Top Brand for Kids & Teens Award 2017**. Kita sungguh bangga atas pengakuan sekaligus kepercayaan konsumen atas produk kita. Di saat yang sama kita tidak boleh berpuas diri melainkan harus berupaya lebih keras berbekal semangat ini.

Sepanjang semester pertama tahun 2017 kita menyelesaikan banyak hal penting, antara lain, restrukturisasi tim sales dan *Dedicated Promotion Team* ("DPT"), iklan baru Imboost yang mendukung

sukses dengan duta merek selebriti Titi Kamal, perkembangan yang signifikan atas lisensi produk pharma dan bergabungnya beberapa prinsipal alat kesehatan. Kita berharap dapat melanjutkan momentum dan membangun kerjasama dengan mitra bisnis berikutnya dalam waktu dekat serta menempatkan investasi dalam peluncuran ulang produk dan aplikasi penjualan.

Kinerja kita di semester pertama tahun 2017 menunjukkan hasil dari fokus yang kuat dan peningkatan disiplin dalam eksekusi strategi. *Professional Products* (PP) dan Parit Padang Global (PPG) berhasil mencapai target penjualan, sementara *Consumer Health* (CH) masih perlu melakukan langkah-langkah tangkas dan cepat dan untuk mengantisipasi perlambatan pertumbuhan pasar konsumen. Kita memiliki tujuan besar di hadapan kita dan saya sangat yakin kita mampu mencapai tujuan ini dengan komitmen dan dukungan penuh semua anggota tim kita yang luar biasa.

Dear SGH colleagues,

Our key franchises continue to dominate their market segments: **Imboost** remains **the #1 pharmaceutical product in Indonesia** and we continue to lead in kid multivitamins. In March 2017, four of our prominent brands – Fitkom, Curcuma Plus, Laxing, and Dlapet – won **the Indonesia WOW Brand Award 2017**. Later in May 2017 we proudly received **the Top Brand for Kids & Teens Award 2017** for Curcuma Plus. We are pleased with the awards and recognition our brands have received and with the customer trust we have gained. At the same time we can't afford to be complacent and we need to see these achievements as an encouragement to work even harder.

During the first half year of 2017 we accomplished many important results including, among others, sales force reorganization and Dedicated Promotion Team ("DPT"), successful

Imboost new advertising with the celebrity brand ambassador Titi Kamal, significant progress on pharma in-licensing and medical device principals on boarding. We expect to continue the momentum and secure additional partners in the near future as well as to place investment in product relaunch and mobile sales apps going forward.

Our performance in H1 2017 was the result of a strong focus on execution and improving discipline. Professional Products (PP) and Parit Padang Global (PPG) performed broadly in line with forecasts, while Consumer Health (CH) still needs to take swift action to cope with the overall consumer market softness. We have big goals in front of us and I feel very confident about achieving them with the commitment and support of our extraordinary team of people. ***

Sincerely,
Rogello C. La'D Jr (Cooley)

FINANCIAL SPOTLIGHT

In YTD June 2017 our consolidated sales were slightly above FQ2 target driven by strong performance in SGH Professional Products and PPG third party principals.

YTD Gross Sales Achievement 100.2% – SGH

(in percentage)



source: Management Account YTD June 2017

MARKET UPDATE

Our key franchise Imboost remains the #1 Pharmaceutical products in Indonesia in MAT Q1 2017 (IMS Health, total market)



SGH continues to lead in kids multivitamin category with 35.0% market share.

SGH Brands	Rank	Market Share
Fitkom	1	12.8%
Curcuma Plus	2	12.1%
Imboost Syrup	3	7.4%
Carvit Syrup	11	2.5%
TOTAL SGH		35.8%

source: Nielsen IMS ASM June 2017

CURCUMA PLUS RAIH TOP BRAND FOR KIDS & TEENS AWARD 2017

Curcuma Plus regamed a prestigious award Top Brand for Kids and Teens 2017



Salah satu produk unggulan SOHO Global Health, Curcuma Plus, kembali meraih penghargaan bergengsi yaitu Top Brand for Kids 2017 dan Top Brand for Teens 2017. Pada Mei 2017 lalu acara penganugerahan penghargaan Top Brand for Kids & Teens Award (TBK&TA) kembali digelar. TBK&TA adalah sebuah penghargaan terhadap merek yang berhasil meraih predikat "Top" di pasar anak-anak dan remaja. Tahun 2017 menjadi tahun ke-9 diselenggarakannya survei Top Brand for Kids & Teens.

Adapun Curcuma Plus berhasil meraih dua penghargaan sekaligus dari dua kategori berbeda. "Curcuma Plus untuk kategori MULTIVITAMIN PENAMBAH NAFSU MAKAN,"

sebagai peraih penghargaan "TOP BRAND FOR KIDS AWARD 2017" dan "Curcuma Plus untuk kategori SUPLEMEN MAKANAN" sebagai peraih penghargaan "TOP BRAND FOR TEENS AWARD 2017."

Merupakan sebuah kebanggaan tersendiri bila sebuah merek berhasil meraih kesuksesan di segmen anak dan remaja. Hal ini mengingat pasar anak dan remaja tergolong sensitif dimana mereka senang mencoba merek baru, cepat bosan, dan berani mengambil risiko sehingga sangat mudah untuk berpindah merek. Dengan kata lain, mereka memiliki loyalitas yang rendah. Selain itu, hal ini juga membuktikan bahwa Curcuma Plus menjadi multivitamin pilihan nomor satu bagi para ibu.

Pemenang Top Brand for Kids & Teens merupakan hasil dari sebuah survei yang secara rutin dilakukan setiap tahun. Survei ini diadakan di lima kota besar yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Medan dengan melibatkan 2.500 responden, yang terdiri dari 500 responden anak-anak, 1.000 responden ibu, dan 1.000 responden remaja. ***



One of our prominent brands, Curcuma Plus, regained a prestigious award, Top Brand for Kids 2017 and Top Brand for Teens 2017. On May 2017 the commemoration of Top Brand for Kids & Teens Award (TBK&TA) was organized to reward brands that are considered as "Top" in the market of children and teenagers. In 2017, survey of Top Brand for Kids and Teens has been arranged for the ninth times.

Curcuma Plus has achieved two awards for two different categories. "Curcuma Plus for category MULTIVITAMIN for APPETITE STIMULANTS," received "TOP BRAND FOR KIDS AWARD 2017" & "Curcuma Plus for category FOOD SUPPLEMENT" received "TOP BRAND FOR TEENS AWARD 2017."

It is an absolute pride for a brand to successfully reach the designated market, in this case children and teenagers. The challenge of setting these markets for a brand is a bit risky since their preference changes swiftly depending on the trend. They, thus, have less loyalty to a brand. In addition, it also proves if Curcuma Plus became the number one choice multivitamin for mothers.

The awardee of Top Brand for Kids & Teens is decided by a regular survey every year. The survey is taken place in 5 big cities: Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, and Medan, involving 2,500 respondents comprising of 500 children, 1,000 mothers, and 1,000 teenagers. ***

EMPAT PRODUK SOHO GLOBAL HEALTH RAIH INDONESIA WOW BRAND 2017

Four Prominent Products of SGH Were Awarded Indonesia WOW Brand 2017



SOHO Global Health berhasil membawa pulang empat penghargaan sekaligus dalam acara Indonesia WOW Brand 2017. Dalam acara yang digelar di Ballroom Raffles Hotel Jakarta, Ciputra World, pada Kamis, 9 Maret 2017, ada empat produk unggulan SOHO Global Health yang meraih penghargaan Indonesia WOW Brand 2017.

Fitkom memenangkan posisi pertama (*gold champion*) dalam kategori *Consumer Healthcare Product & Services* dengan sub-kategori **Multivitamin - Pediatric**. Di posisi kedua atau *silver champion* dalam sub kategori yang sama dimenangkan oleh **Curcuma Plus Emulsion**. Selain itu, **Laxing** juga berhasil menduduki posisi pertama (*gold champion*) untuk sub-kategori **Constipation** serta **Diapet** berhasil meraih posisi pertama (*gold champion*) untuk sub-kategori **Anti Diarrhea**.

Keempat penghargaan tersebut langsung diberikan kepada perwakilan SOHO Global Health dalam acara Indonesia WOW Brand 2017.

Awarding Ceremony yang merupakan bagian dari acara *The 2nd WOW Brand Festive Day*.

Hasil tersebut didapatkan dari riset yang dilakukan oleh MarkPlus terhadap 34.500 responden yang dipilih secara acak dan tersebar di delapan kota besar di Indonesia. Adapun konsep tersebut menyelaraskan 5 aspek yang dikenal sebagai 5A yakni *Aware - Appeal - Ask - Act - Advocate*. Konsep *WOW Brand* merupakan instrumen penting bagi para *marketers* untuk memahami situasi pasar, mengukur kesenjangan dengan kompetitor, dan memberikan saran strategi kepada pelaku bisnis dalam mendominasi industrinya. Hasil dari riset ini membandingkan antara *Advocate* dengan *Awareness* yang menghasilkan *BAR (Brand Advocacy Ratio)*.

"Kami tentu sangat senang sekali menerima 4 Indonesia *WOW Brand Award 2017* karena pemilihan ini berdasarkan hasil survey konsumen yang sangat besar. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas *marketing* kami

untuk brand tersebut sangat efektif dalam memilih target konsumen, meningkatkan awareness (mengenal merek), purchase action (minat beli), dan advocacy (merekomendasikan)" ujar **Sylvia A. Rizal, Vice President Consumer Health Division SOHO Global Health.**

"Kami juga sangat berterima kasih atas kepercayaan yang besar para konsumen yang tidak hanya menggunakan produk kami, namun

juga merekomendasikan kepada orang-orang terdekat mereka. Kami, SGH, akan terus berusaha untuk terus menjaga, kepercayaan konsumen dengan memastikan kualitas produk kami, melakukan aktivitas marketing yang relevan dan informatif, memperluas distribusi sehingga konsumen bisa semakin mudah menemukan produk - produk kami serta terus melakukan inovasi produk dan marketing" jelasnya. ***



SGH successfully brought four awards at the time at Indonesia WOW Brand 2017. In this acclaimed occasion that was held at Ballroom Raffles Hotel Ciputra World, on Thursday, 9 March 2017, four prominent products of SOHO Global Health were nominated for Indonesia WOW Brand 2017.

Fitkom got the first place (gold champion) for category Consumer Healthcare Product & Services with sub-category **Multivitamin - Pediatric**. Second place or silver champion in the same sub category was **Curcuma Plus Emulsion**. Moreover, **Laxing** first place (gold champion) for sub-category **Constipation**. Lastly, **Diapet** was in the first place (gold champion) for sub-category **Anti Diarrhea**.

The four accolades were presented to the representative of SOHO Global Health in the event of Indonesia WOW Brand 2017 Awarding Ceremony that was part of The 2nd WOW Brand Festive Day.

The result was received from research conducted by MarkPlus to 34.500 random respondents residing in 8 big cities in Indonesia. The scoring was pointed to Marketing 4.0 concept by applying 5 aspects of 5A namely **Aware - Appeal - Ask - Act - Advocate**.

Concept of WOW Brand itself is an important instrument for marketers to understand the situation between market place and competitor and to suggest market practitioners to win the competition. The result of this research also compares between Advocate and Awareness that yields to BAR (Brand Advocacy Ratio).

"We surely are proud to accept these 4 awards of Indonesia WOW Brand Award 2017 because this award is based on consumer survey. This shows how our marketing activities for the brand is effective to target significant market, increase awareness, purchase action dan advocacy" explained **Sylvia A. Rizal, Vice President Consumer Health Division SOHO Global Health.**

"We also thank the consumers for giving us their trust not only for using our products but also recommending them to their relatives and friends. We, SOHO Global Health, will continually attempt to produce the best quality products and improve consumer's loyalty by enhancing relevant and informative marketing activities, spreading distribution so that consumers can easily find our products, and innovating products and marketing," she continued. ***

PEROLEHAN SERTIFIKASI ORGANIK UNTUK FASILITAS SCEHR DAN INOVASI YANG DIINISIASI R&D SOHO GLOBAL HEALTH

Semua orang memiliki potensi kreatif dan ketika Anda dapat mengekspresikan kreativitas ini, Anda mulai mengubah dunia – Paulo Coelho.



Sesuai dengan namanya, aktivitas yang dilakukan departemen ini meliputi bidang penelitian dan pengembangan, sehingga berinovasi telah menjadi jiwa dari departemen ini. Inovasi bukan hanya sebuah proses untuk menciptakan sesuatu yang benar-benar baru, namun proses inovasi juga mencakup upaya pengembangan atau perbaikan proses yang sudah berjalan demi menghasilkan dampak yang lebih positif. Sampai saat ini, beberapa hal yang telah berhasil diraih sepanjang tahun 2017 menunjukkan komitmen dari tim R&D untuk terus melakukan inovasi.

Berbicara lebih lanjut tentang inovasi, tak lepas dari prinsip yang dianut oleh PT SOHO Industri Farmasi yaitu konsep *"Seed to Patient"*. Konsep tersebut menjadi sebuah bukti komitmen yang dimiliki SOHO untuk menghasilkan produk-produk yang berkualitas. Upaya terbaik pada setiap tahapan senantiasa dikembangkan dan dilakukan guna memberikan produk terbaik bagi masyarakat.

Bukti nyata dari perwujudan konsep *"Seed to Patient"* adalah dibuatnya *Soho Center of Excellence in Herbal Research (SCEHR)*, kebun penelitian yang didedikasikan untuk mengembangkan metode penanaman sehingga dapat diperoleh hasil panen tanaman organik yang berkualitas dan bermutu tinggi. Penelitian terkait metode penanaman tersebut telah berlangsung selama empat tahun terakhir dan akan menjadi penelitian yang berkelanjutan. Salah satu pencapaian pada tahun ini adalah diperolehnya **Sertifikat Organik** untuk fasilitas *SOHO Center of Excellence in Herbal Research (SCEHR) Sukabumi*. Perolehan sertifikat ini menunjukkan kesungguhan PT SOHO untuk menggunakan & menghasilkan bibit Temulawak unggulan yang organik dan berkualitas guna menjaga kualitas proses yang dilakukan sehingga dapat menjadi bahan baku terbaik untuk produk-produk yang mengandung temulawak, seperti *Curcuma Plus*, *Curvit*, dan produk lainnya.

Tidak hanya sampai disitu, perolehan bahan baku terbaik guna menjaga kualitas produk yang dihasilkan terus dilakukan. Sebagai perusahaan dengan mayoritas produk yang dihasilkan berasal dari bahan alam, SOHO ingin membuktikan bahwa produk bahan alam dapat menjadi produk yang berkhasiat dan bermutu. Beberapa upaya yang dilakukan adalah dengan dikembangkannya metode pengujian preklinis baik secara *in vitro* maupun *in vivo* untuk mengetahui khasiat dari produk yang dihasilkan. Biomolekular adalah salah satu metode yang gencar dikembangkan oleh departemen R&D, melalui sebuah metode *in vitro* dapat dihasilkan data toksisitas sampai pengujian efikasi sebuah produk, bahkan mekanisme aksi pun dapat dipelajari.

Soho bekerja sama dengan berbagai lembaga penelitian antara lain, Universitas Gajah Mada, Aretha Medika Utama Bandung, BPPT maupun, SOHO Flordis International (SFI) Australia. Hal tersebut dilakukan untuk memperoleh predikat Obat Herbal Terstandar (OHT) pada produk yang dihasilkan. OHT adalah tingkatan obat tradisional yang lebih tinggi

daripada jamu meskipun belum sebaik fitofarmaka yang telah teruji secara klinis.

Kerjasama SOHO dengan lembaga penelitian milik negara yaitu Badan Pengkajian Penerapan Teknologi (BPPT), dimaksudkan untuk semakin memperkokoh langkah SOHO untuk menjadi perusahaan berbasis riset pada pengembangan produknya. Untuk mendukung BPPT, SOHO berkesempatan menjadi pembicara pada Kongres Teknologi Nasional (KTN) yang diselenggarakan oleh BPPT. Bapak I Made Dharma Wijaya (*Executive Vice President Supply, Operation, and Distribution*) menyampaikan materi mengenai bagaimana meningkatkan daya saing obat tradisional.

Atas komitmen dan keteguhan SOHO dalam upaya menghasilkan produk yang berkualitas, SOHO menerima penghargaan dari beberapa pihak seperti Grant BPPT Kernenristek DIKTI serta dinobatkan sebagai finalis LIPI SBII Awards 2017 sebagai perusahaan yang mengembangkan produk obat berbasis riset. Merupakan kebanggaan bagi SOHO dan harga yang terbayarkan untuk setiap upaya yang telah SOHO lakukan.





Tidak lantas puas dengan apa yang telah dicapai, inovasi terus dilakukan. Berbagai cara untuk membangkitkan ide dan menciptakan inovasi terus dilakukan oleh departemen R&D. Aktivitas yang dilakukan diantaranya adalah diselenggarakannya dua kali *Innovation workshop* untuk R&D, RMA, Marketing dan BD, guna memperluas perspektif terkait inovasi dimana pada salah satu workshop tersebut SOHO mendatangkan juga pembicara terkemuka dibidangnya. Dua event workshop tersebut adalah sebagai batu loncatan dalam proses berinovasi, yakni melalui penyelarasan proses pengembangan produk antara Marketing, BD dan R&D sampai dengan bagaimana cara agar sukses memasarkan produk inovasi. Diharapkan event tersebut mampu menghidupkan kembali semangat untuk terus berinovasi di SOHO, sehingga inovasi bisa menjadi jiwa seluruh karyawan SOHO

Pada tahapan puncak dari *innovation event* yang diselenggarakan oleh R&D adalah *Innovation camp*. Kegiatan tahunan R&D ini dilakukan untuk mengumpulkan ide-ide inovasi untuk dikembangkan di masa yang akan datang. Ide-ide tersebut dapat berupa pengembangan dari produk yang sudah ada maupun ide untuk membuat produk-produk baru yang diyakini bahwa produk tersebut memang dibutuhkan, berdaya jual dan berpotensi untuk menjadi penguasa pasar lokal maupun internasional.

Inovasi memang jiwa yang tertanam pada departemen R&D namun bukan berarti pihak lain lantas tidak perlu melakukan inovasi. Mari kita bersama-sama berinovasi untuk SOHO yang lebih baik dan untuk Indonesia yang lebih baik. 🙌

(Lucky Lia Faiza)

Herbal Research Specialist R&D



CERTIFICATE OF ORGANIC FOR SCEHR FACILITY AND INNOVATION INITIATED BY R&D OF SGH

Everybody has a creative potential and from moment you can express this creative, you start changing the world – Paulo Coelho



Related to the description of the department, activities performed include research and development so that innovation is the soul of this department. Innovation is not merely a process to create something new but innovation covers development or process improvement to generate better impact. Today, few achievements have been reached along the year of 2017, showing commitment from the department to continue the innovation journey.

Moreover to discuss about innovation, it is attached to the principles applied in PT SOHO Industri Pharmasi namely "Seed to Patient" concept. This concept is the commitment of SOHO to produce quality products. Best attempts in each step are always elevated and progressed to deliver the best products to the community.

The real evidence of the implementation of "Seed to Patient" concept is the creation of the Soho Center of Excellence in Herbal Research (SCEHR), a research facility dedicated to develop cultivation method so as to obtain high quality organic plants. Research related these cultivation method has been going on for the last four years and will be an ongoing research. One of the achievements this year is the obtainment of Certificate of Organic for Soho Center of Excellence in Herbal Research (SCEHR)

in Sukabumi. This certificate shows the commitment of SOHO to use quality curcuma seeds, maintain the quality process so that only the best ingredients we used for products containing curcuma such as Curcuma Plus Curvit, and other products.

Not stopping there, collecting the best ingredients to keep the best quality product has never ceased to an end. As a company which produces mostly natural-ingredients products, SOHO tends to prove that natural products can be beneficial and meet high quality standard. Few initiations that have been executed are by developing pre-clinical testing technique both in vitro and in vivo to understand the result of the products. Biomolecular is one of the methods that have been progressively developed by R&D department, by applying in vitro method data of toxicity can be found, efficacy testing can be generated and action mechanism can be comprehended.

SOHO works in collaboration with reputable research institutions, to name a few, University of Gajah Mada, Aretha Medika Utama Bandung, BPPT RI, and Soho Floridis international (SFI) Australia. The intention is to acquire the predicate of Standard Herbal Medicine on products that we produce. This predicate is a higher standard for traditional medicine,

higher than herbs, though the highest standard is fitofarmaka that has been clinically tested.

The collaboration between SOHO and the state-owned research institution, Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT) (Agency for Assessment and Application of Indonesia) is intended to further strengthen SOHO's aspiration to become a research-based company on its product development. To show its support to BPPT, SOHO received the opportunity to participate at the 2017 National Technology Congress (Kongres Teknologi Nasional / "KTN") held by BPPT. Participating at this event as a speaker, Mr. I Made Dharma Wijaya (Executive Vice President of Supply, Operation, and Distribution) delivered the presentation on how to improve the competitiveness of traditional medicine.

For our commitment and determination in producing high quality products, SOHO received awards from few institutions including Grant BPPT Kemenristek DIKTI and praised as the finalist of LIPi SBIT Awards 2017 as a company which develops research-based medicine. It is an honor for SOHO and a pay-off for every effort we make.

Not easily satisfied, however, innovation is a continuous process. Many ways to gather ideas

and create innovation are always developed by R&D department. Activities to support this matter were innovation workshop for R&D, RMA, Marketing and BD, where broaden innovative perspectives. At one of the workshops, SOHO invited prominent speaker in its relevant field. Two of those workshops were the jumping stone of innovation creation purposely to balance the process of product development among marketing, BD and R&D and to plan the effective marketing for a commercial success. It is expected that the event can enliven the spirit to create innovation in SOHO so that the innovation can be the soul of all SOHO's employees.

At the top of the event innovation held by R&D was the Innovation camp. These annual activities held by R&D are organized to collect innovative ideas to be developed in the future. Those ideas can be for existing products or new products that are produced based on necessity, having selling point and potential to become market leader either in local or international market.

Innovation is a soul that is embedded in the R&D department but it does not mean other parties do not need to innovate. Let's together innovate for a better SOHO and a greater Indonesia! *** (Lucky)



Change to win, KITA PASTI BISA!

Sylvia A. Rizal

Vice President Consumer Health Division



Dalam beberapa bulan terakhir, CH mendapatkan 6 (enam) award sekaligus, apa tanggapan ibu terhadap pencapaian ini?

Saya dan tim CH sangat senang dan bangga atas penghargaan yang diberikan terhadap performance beberapa brand unggulan kita, seperti:

- **Top Brands** untuk **Curcuma Plus** sebagai Multivitamin Terbaik untuk anak: pengakuan atas awareness, market share dan komitmen akan beli di masa datang.
- **WOW Brand Award** untuk **Curcuma Plus, Fitkom, Diapet, Laxing**: kriterianya adalah awareness, brand yang rutin dibeli, dan merekomendasikan.

Penghargaan ini sangat berkelas, karena berdasarkan survey konsumen dengan lebih dari 30.000 responden dari 8 kota besar. Hal ini menunjukkan bahwa produk SOHO memiliki banyak keunggulan.

Kehadiran ibu di SGH tentu diharapkan membawa perubahan menuju yang lebih baik, saat ini Indonesia sudah masuk ke era digital, bagaimana posisi sales & marketing CH SGH di era digital ini?

Perkembangan digital di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat. Hal ini sangat mempengaruhi perubahan perilaku konsumen Indonesia. Mereka sekarang sangat terkoneksi dengan handphone dan internet dalam aktivitas keseharian mereka.

Saat saya bergabung di Marketing CH SGH, saya segera mempersiapkan tim marketing agar dapat memanfaatkan peluang baru di digital ini untuk beberapa merek unggulan kita, seperti Imboost, Curcuma Plus dan Fitkom yang sudah kita mulai di awal bulan April serta Laxing di bulan Juli. Tujuan utama CH digital adalah untuk membangun brand awareness, memperkuat trial dengan informasi manfaat atau keunggulan produk kita serta memperkuat loyalitas dengan

aktivitas marketing yang melibatkan konsumen (*engagement*). Iklan TV berdurasi sangat pendek, mayoritas 15 detik dan bersifat massal. Iklan digital bisa dibuat lebih personal, target yang lebih tepat (*usia, gender, hobi/minat, lokasi tinggal, dll*) dan marketer bisa bebas memberikan informasi produk dengan lebih jelas.

Saat ini SGH sedang terus berupaya untuk meningkatkan *sales*, namun masih ada *stereotype* yang menganggap jika hal ini hanyalah tugas tim *sales & marketing* semata. Apakah yang sebenarnya bisa dilakukan oleh karyawan di *divisi non sales & marketing* untuk berkontribusi meningkatkan *sales* produk SOHO?

Sebuah perusahaan memerlukan pertumbuhan *sales* agar bisa *survive* dan maju. Tim *marketing* dan *sales* sangat memerlukan dukungan departemen lain agar memiliki inovasi/ peremajaan produk, menurunkan *cost* produk/operasional, memastikan *supply* produk-produk kita sampai ke cabang PPG seluruh Indonesia dengan biaya yang efisien, *service level* yang tinggi (tepat jumlahnya, tepat waktu pengiriman), mengevaluasi kinerja finansial tiap *brand* untuk memastikan peningkatan *sales* yang *profitable*, dll. Jadi semuanya perlu bekerja sama kuat untuk memajukan bisnis perusahaan.

Setiap karyawan di berbagai departemen juga dapat menjadi tim komersial (*sales* dan *marketing*) seperti membantu mempromosikan dan merekomendasikan produk-produk kita ke sanak keluarga dan teman-teman.

Menyambung pertanyaan sebelumnya, apakah produk SGH yang pertama kali Ibu kenal atau Ibu/keluarga pernah konsumsi sebelum bergabung dengan SOHO?

Produk-produk SGH yang saya kenal pertama adalah Curcuma Plus dan Imboost sekitar 13 tahun yang lalu. Saya sangat kagum dengan

kehebatan tim *marketing* SOHO yang jeli melihat peluang dan pintar membangun merek Curcuma Plus sehingga bisa menyaingi Scott untuk jadi *market leader* dengan *positioning* yang kuat dan harga lebih terjangkau. Iklan TVC Curcuma menarik, mudah dimengerti ibu dan menyenangkan anak-anak (membuat *jingle* iklan yang bisa dinyanyikan anak-anak). Imboost juga terkenal dan sangat direkomendasikan dokter.

Apakah Ibu juga merekomendasikan produk-produk unggulan SGH kepada kerabat? Bagaimana trik nya agar tidak terkesan "*hard selling*"?

Ya, saya rekomendasikan karena sangat yakin dengan kualitas produk-produk kita karena saya sudah coba sendiri manfaatnya atau coba ke sanak keluarga/teman.

Biasanya saat cerita kerja dimana sekarang, ini jadi kesempatan mempromosikan produk-produk unggulan SGH seperti Imboost, Curcuma Plus, Fitkom, Diapet, dan Laxing. Produk-produk ini banyak mereka kenali, sehingga perbincangan bisa disambung untuk mempromosikan SGH yang sangat berkomitmen memajukan kesehatan masyarakat dengan produk-produk herbalnya yang didukung penelitian ilmiah. Kalau dibilang...wah promosi nih... Santai saja dan balas dengan komentar, "Coba saja dulu produk-produk ini dan buktikan sendiri manfaatnya. Dijamin memuaskan...he he".

Di tengah kesibukan yang begitu padat, bagaimana cara Ibu melepas penat? Apakah ada hobi tertentu yang rutin Ibu lakukan atau menyempatkan untuk menikmati *me time* atau *family time* saat *weekend*?

Saya berusaha menyeimbangkan hidup saya antara kerja, keluarga dan teman-teman. *Work hard have fun*. *Weekend* adalah waktu untuk beraktivitas dengan keluarga. Saya suka memasak untuk keluarga dan teman.

Setelah lama malang melintang di dunia farmasi dan *consumer goods*, bagaimana Ibu mendeskripsikan "gaya kepemimpinan" Ibu dan apa komponen yang Ibu anggap paling penting untuk dapat membina tim yang solid dan berkinerja tinggi?

Gaya kepemimpinan saya adalah memimpin dengan *passion, people leadership, leading by examples*, dan *hands on*. Saya mengajak tim saya agar mencintai brand-brand yang ditangani termasuk kekuatan dan kelemahannya. Saya menantang tim agar mereka dapat mengeluarkan potensi terbaik mereka dalam menghadapi tantangan-tantangan pekerjaan. Untuk itu saya pun selalu siap membagi semua pengetahuan yang saya miliki dan membantu mendapatkan *resources* yang diperlukan tim. Tim perlu di-yakinkan bahwa kita bisa meraih sukses bersama mencapai pertumbuhan brand dan bisnis. Kesuksesan ini akan membuat mereka pun lebih maju dan sukses dalam profesionalitasnya. *Legacy* akan membangun reputasi dan *network* yang luar biasa.

Untuk meraih kesuksesan dalam memimpin tim dan meraih target-target perusahaan, menurut saya diperlukan "7 Wonders"

1. **Tujuan yang besar dan bermakna** (*Inspired vision*)
2. **Dukungan top management** (*resources, investment*)
3. **Anggota tim yang tepat** (*mindset, karakter, skill set baik soft skill maupun technical skill*)
4. **Target-target yang simple dan jelas**
5. **Bertindak dengan disiplin dan team work**
6. **Buat sistem agar hasil bisa diulang** (*process & tools*)
7. **Apresiasi** (*reward & punishment*)

Prinsip hidup saya, hidup ini sangat singkat dan hanya satu kali. Saya ingin bisa melakukan yang terbaik dibantu dengan tim terbaik, sehingga dapat berkontribusi bagi kemajuan keluarga, perusahaan, masyarakat dan bangsa

Indonesia melalui pekerjaan-pekerjaan saya. Agar bisa meraih sukses, kita harus mencintai apa yang kita kerjakan dan terus belajar dari mana saja /siapa saja agar bisa terus berkembang mengikuti jaman. Tidak peduli umur dan posisi jabatan kita.

Saya baru saja belajar weekend lalu dari Merry Riana (#1 motivator wanita di Indonesia dan Asia) bahwa kegagalan umumnya karena kurang belajar atau kurang action atau keduanya. *Learning* ini sangat cocok dalam menganalisa penurunan bisnis CH SGH. Kegagalan di masa lalu adalah akibat dari kedua faktor "kurang belajar" dan "kurang action". Saat ini saya yakin kita sudah dalam arah yang benar dalam strategi dan taktik untuk *turn around* CH :

- Perkuat belajar dari: kesalahan masa lalu, keberhasilan perusahaan lain dan memperkuat *consumer /customer understanding*.
- Perkuat action: 1) Perkuat tim: *marketing and sales*, perkuat *Power of ONE* (SOHO dan PPG) dengan PPG salesmen kembali *taking order* dan DST (*Dedicated Sales Team*)berubah menjadi DPT (*Dedicated Promotion Team*); 2) Stabilkan harga dan tingkatkan profitabilitas dengan *stop back door*, turunkan diskon; 3) Perkuat *demand generations* dengan perkuat *communication materials* (TVC baru Imboost dengan artis Titi Kamal dan TVC Fitkom *Special Edition* yang telah ditayangkan, TVC Fitkom tablet mulai 1 Agustus, serta new TVC Curcuma Plus yang akan mulai 1 September) dan *digital marketing*; 4) Perbaiki *sales operations* dan *execution* dengan disiplin (*distribution must have list SKUs* dan produk fokus, *in store visibility, sub-dist management, modern trade management*); dan 5) Perkuat inovasi produk baru dan peremajaan produk.

Ayo kita perkuat kontribusi kita dan kerja sama antar tim untuk membangun pertumbuhan bisnis *health care* SGH yang menguntungkan bagi *stakeholder, masyarakat* dan bangsa Indonesia. *Change to win, KITA PASTI BISA!****

Change to win, WE CAN DO IT!

Sylvia A. Rizal

Vice President Consumer Health Division

These last couple of months, CH got 6 awards at the same time, what do you think about this achievement?

CH team and I are very happy and proud of this achievement particularly to:

- **Top Brands for Curcuma Plus** as The Best Multivitamin for Kids: acknowledgement for awareness, market share and commitment for future endeavor.

- **WOW Brand Award for Curcuma Plus, Fitkom, Diapet, Laxing**: the criteria are awareness, most selling and recommended brand.

This achievement is a top - notch one as it is based on consumer survey of 30,000+ respondents from 8 big cities. This shows SOHO's product offers a lot of benefits.

Your presence in SGH is surely expected to bring a change to something better. In Indonesia, digital era is going really solid, can you explain the position of CH SGH's sales & marketing in digital business? The development of digital era in Indonesia improves swiftly, affecting character shift of Indonesian markets. They are now always connected to smart phone and internet in their daily activities.

When I joined CH SGH's Marketing, I immediately prepared the marketing team to take advantage of new opportunity in the digital era for our prominent brands including Imboost, Curcuma Plus and Fitkom that we have started in April and Laxing in July.

The main purpose of CH digital is to build brand awareness, induce trial by informing the benefit or the product excellence and strengthening customer's loyalty by arranging marketing activities that engaging consumers. Advertisement on TV can be really short, mostly it only lasts 15 seconds and does not set for specific market segment. Digital advertisement, instead, can be more personal, orienting on target (age, gender, interest, location, etc.) and marketer can be free to give information about the product more clearly.

Today, SGH is going to improve sales but there is stereotypical thought about setting this certain task to merely sales & marketing. Do you think other departments can contribute to escalate sales?

A company needs sales to survive and grow the business further. Sales & Marketing team really needs support from other departments so that they can create innovation, lower COGS or operational cost, ensure product supplies to be delivered efficiently to all PPG branches across the country, and improve service level (right quantity, on time delivery), evaluate financial performance each brand to make sure profitable sales, etc. Therefore, all have to work together to succeed.

Every employee in other department can also be commercial team (sales and marketing) such as promoting and recommending products to relatives and friends.

Regarding prior question, what SGH's product you knew or you / family has ever consumed before joining SOHO?

First SGH's products I knew was Curcuma Plus and Imboost about 13 years ago. I adore how SOHO's marketing team can see opportunity and build brand awareness of Curcuma Plus then wins over Scott to be the market leader with strong positioning and lower price offering. Curcuma's TVC was interesting, easy to understand by mothers

and entertain children (creating advertising jingle for kids to sing along). Imboost was also really popular and recommended by doctors.

Do you recommend SGH's prominent products to your relatives?

Yes, I recommend them because I'm sure with the quality of our products as I have tried myself and gave my relatives/friends a try.

How is the trick so as not to impress "hard selling"?

Usually when people asked where I'm working currently, this is the chance to promote the products Imboost, Curcuma Plus, Fitkam, Diapet, and Laxing. Mostly people already know these products so that the conversation can be easily connected by talking about SGH which commits to improve people's health with its herbal products that supported by scientific evidence/study. Sometimes they knew I promoted on purpose but I replied them by saying, "You have to try these first and feel the efficacy by yourself. Satisfaction guaranteed."

How is the trick so as not to impress "hard selling"?

Usually when people asked where I'm working currently, this is the chance to promote the products Imboost, Curcuma Plus, Fitkam, Diapet, and Laxing. Mostly people already know these products so that the conversation can be easily connected by talking about SGH which commits to improve people's health with its herbal products that supported by scientific evidence/study. Sometimes they knew I promoted on purpose but I replied them by saying, "You have to try these first and feel the efficacy by yourself. Satisfaction guaranteed."

After working for quite long time in the pharmaceutical and consumer goods industry, how do you describe your "leadership style" and what do you think is the most important components to build a solid and high-performance team?

My leadership style is leading with passion, people leadership, leading by examples, and hands on. I encourage the team to love the brands for their strength or weakness. I challenge my team to unleash their potential and to face all challenges in the workplace. I, thus, share my knowledge and experience to help getting the resources that my team needs.

They need to be assured about achieving success together to reach the brand and business' goals. This success can make them motivated in gaining their professional credentials. Legacy can build reputation and amazing networks.

To acquire success in leading the team and achieve target, I opine of these **7 Wonders**:

1. **Great and meaningful goal** (Inspired vision)
2. **Top management support** (resources, investment)
3. **Solid team member** (mindset, characters, skill set both soft skill and technical skill)
4. **Simple and clear targets**
5. **Practicing the disciplines and driving team work**
6. **Resettable system** (process & tools)
7. **Appreciation** (reward & punishment).

My principle is that this life is short and just once. I wish I can do the best supported by the best team so that I can contribute in family, company, community and country's development through my work. To gain success, we have to love what we are doing and to learn more from wherever and whomever to grow continuously. Age and position do not really matter.

Today I believe we are moving to the right path, having right strategy to turn around CH:

- Keep learning from: past mistakes, competitors' success and strengthen consumer /customer understanding.

- Perform action: 1) Strengthen the team: marketing and sales, strengthen Power of ONE (Soho and PPG) with PPG salesmen returning to take order and DST (Dedicated Sales Team) is substituted into DPT (Dedicated Promotion Team); 2) Stabilize price and elevate profitability

by stopping back door, lowering discount; 3) Strengthen demand generations by improving communication materials (new TVC for Imboost with a celebrity, Titi Kamal and Fitkom TVC Special Edition that has been aired, Fitkom tablet TVC from August 1st, and Curcuma Plus TVC Curcuma Plus starting on September 1st) and digital marketing; 4) Sales operations dan execution excellence with disciplines (distribution must have list SKUs and product focus, in store visibility, sub-dist management, modern trade management); 5) Innovation of new products and product refinement.

Let's give our best contribution and better cooperate among teams to grow SGH's health care business that is profitable for stakeholder, community and Indonesia.

*Change to win, WE CAN DO IT! ****



PPG *BRANCH MANAGER MEETING* DAN STRATEGI TRANSFORMASI UNTUK MENJAWAB TANTANGAN BISNIS

PPG BRANCH MANAGER MEETING AND TRANSFORMATION STRATEGY TO ANSWER BUSINESS CHALLENGE



Pada tanggal 13-16 Maret 2017 di Hotel Discovery Ancol, PPG mengadakan *Branch Manager Meeting* dengan tema ***“PPG TRANSFORMATION: WIN OUR CUSTOMERS THROUGH SUSTAINABLE IMPROVEMENT AND EXCELLENCE BUSINESS PROCESSES.”***

Tujuan dari event ini adalah untuk mengkomunikasikan strategi PPG di tahun 2017 kepada seluruh lini PPG dan memastikan semangat transformasi ini menjadi komitmen bersama.

Dalam kesempatan ini dikomunikasikan strategi PPG untuk bertransformasi dimana esensinya transformasi merupakan proses perubahan yang diperlukan agar lebih baik dalam menyikapi dan menjawab tantangan bisnis

serta lingkungan usaha yang berubah secara cepat. Perubahan dilakukan secara menyeluruh dan berkesinambungan terhadap pola pikir perusahaan, strategi bisnis, budaya perusahaan maupun perilaku dan kemampuan organisasi.

Mengacu pada pencapaian tahun 2016, maka di tahun 2017 PPG berkomitmen untuk mencapai target tahun 2017 dengan melakukan transformasi yang mengarah pada 4 pilar, yakni :

- Sales Excellence
- Operational Excellence
- Supply Chain Excellence
- Financial Excellence

Semangat transformasi PPG ditanamkan pada sesi *Team Building* yang dihadiri oleh seluruh *Leadership Team* PPG di *Outbound High Ropes* Taman Budaya Sentul City.

Banyak sekali keseruan terjadi, tidak terlihat gap antara Pak Made sebagai pimpinan tertinggi PPG dengan timnya. Sesi *team building* membuat kerjasama antara pusat dan cabang semakin solid berkat kreativitas panitia acara dalam menyajikan rangkaian permainan dan aktivitas yang meningkatkan kerja sama tim.



On 13-16 March 2017 at Hotel Discovery Ancol, PPG arranged Branch Manager Meeting carrying theme **"PPG TRANSFORMATION: WIN OUR CUSTOMERS THROUGH SUSTAINABLE IMPROVEMENT AND EXCELLENCE BUSINESS PROCESSES"**.

The purpose of this event is to communicate PPG's strategies in 2017 to all lines of PPG and ensure the spirit of this transformation becomes the commitment.



Puncak acara dilakukan pembacaan Ikrar Transformasi PPG oleh semua peserta dengan kegiatan simbolis berupa prosesi penyalan lilin sebagai penanda komitmen dan simbol perubahan menuju era yang lebih baik bagi PPG.

Dengan pemimpin yang baru, tercipta semangat baru, energi baru untuk tancap gas menuju **PPG TRANSFORMATION: WIN OUR CUSTOMERS THROUGH SUSTAINABLE IMPROVEMENT AND EXCELLENCE BUSINESS PROCESSES!**



On the top of the event, the pledge of PPG Transformation was stated by all participants in symbolic procession of candle lit as the sign of commitment and change to foresee the better era of PPG.

Led by the new leader, it's created new spirit, new energy to further **PPG TRANSFORMATION: WIN OUR CUSTOMERS THROUGH SUSTAINABLE IMPROVEMENT AND EXCELLENCE BUSINESS PROCESSES!**

In this opportunity, it was presented PPG's strategy to transform which the essential transformation is the form of change. This is necessary to respond and answer the challenges in business and in the workplaces that change rapidly. The change is done entirely and continuously upon company's mindset, business strategy, company culture and the organization's response and ability. In line with the result of 2016, in 2017 PPG commits to reach the target by transforming rooted in these 4 pillars:

- Sales Excellence
- Operational Excellence
- Supply Chain Excellence
- Financial Excellence

The spirit of transformation has been applied in PPG for its Team Building that was attended by Leadership Team PPG in Outbound High Ropes Taman Budaya Sentul City.

Excitement appeared in the event, no gap at all between Bapak Made, the top management of PPG and his team. Team Building session made the cooperation between Head quarter's & branch's team more solid thanks to the committee's creativity in presenting a list of fun games and activities that improved cooperation between the team. ***



TINGKATKAN KEBERSAMAAN MELALUI HALALBIHALAL SOHO GLOBAL HEALTH

Strengthen togetherness through halalbihalal SOHO Global Health



Masih dalam suasana Idul Fitri, pada Jumat 21 Juli 2017 lalu SOHO Global Health mengadakan kegiatan halalbihalal antara pimpinan dan karyawan. Acara yang digelar di Kantin Karyawan Pulo Gadung 6 ini mengangkat tema "One SOHO, Menjalin Silaturahmi Untuk Memperkuat Kebersamaan & Meningkatkan Semangat Kerja".

Dalam acara kali ini, SOHO Global Health mengundang Ustadz Nurfadilah Yusuf, S.Pd.I untuk menyampaikan tausiyah yang sesuai dengan tema halalbihalal kali ini. Namun sebelum masuk ke inti acara, untuk membakar semangat para karyawan maka tim ODTM mengajak karyawan untuk meneriakkan yel-yel.

Acara kemudian dilanjutkan dengan mendengarkan sambutan yang secara berturut-turut dibawakan oleh Achmad Muhajir selaku Ketua Panitia Halalbihalal SGH

tahun 2017, Suyatno yang merupakan Ketua PUK SGH, Herlina Permatasari (EVP HCDPA), dan Made Dharma Wijaya (EVP Supply & Operations).

Setelah mendengarkan kata sambutan, akhirnya sampailah pada acara inti yaitu mendengarkan tausiyah. Selanjutnya Saepul dan Sulastris dari bagian *General Service* yang bertindak sebagai MC langsung mengundang Ustadz untuk mengisi acara.

"Sebulan penuh kita melaksanakan puasa, selama Ramadhan pula kita diajarkan untuk disiplin, jujur, dan mengembangkan semangat kepekaan. Ketiga hal tersebut tidak hanya saat bulan Ramadhan saja kita laksanakan, namun sebagai bekal untuk menjalankan kegiatan sehari-hari setelah bulan Ramadhan. Kita sering menyuarakan kerjasama tapi jarang untuk mempraktikkan sama-sama kerja.

Padahal kalau kita bisa sama-sama kerja cerdas, hasilnya pasti mantap" ujar sang Ustadz.

Cara penyampaian tausiyah yang diiringi gerakan-gerakan lucu cukup menghibur para karyawan SOHO Global Health. Selain itu, penggunaan contoh kasus yang sederhana membuat pesan yang disampaikan pun lebih mudah dipahami oleh seluruh hadirin.

Selesai mendengarkan tausiyah, para SGELT dan pimpinan divisi berbaris di atas panggung untuk bersalam-salaman dengan seluruh karyawan sambil diiringi musik dan nyanyian yang dipersembahkan oleh karyawan Supply & Operations. Mengakhiri kebersamaan yang indah ini, acara halalbihalal pun kemudian ditutup dengan acara makan malam bersama. ***



Still in the atmosphere of Eid Al-Fitr, on Friday 21 July 2017 SOHO Global Health held Halal Bihalal (gathering after Eid Al-Fitr celebration) between management and employees. The event was organized at Cafeteria of Pulo Gadung 6 office and carried the theme of "One SOHO, Connecting to Strengthen Togetherness and Improve Working Spirit."

In this event, SOHO Global Health invited Ustadz Nurfadilah Yusuf, S.PdJ to share tausiyah (Islamic preaching) based on the theme. Before starting the main event, the committee asked employees to shouting yells for making it more fun.

The event then was continued by listening to speeches by Achmad Muhajir, the head of SGH Halal Bihalal 2017's committee, Suyatno, the head of PUK SGH, Herlina Permatasari (EVP HCDPA), and Made Dharma Wijaya (EVP Supply & Operations). Afterwards, the main event was begun by the tausiyah. The MC, Soepul and Sulastri from General Service division then allowed Ustadz to lead the main part.

"One month we did fasting, along Ramadan we were trained to be disciple, honest and more empathetic. Those three values are expected to be developed not only in Ramadan but in our everyday life particularly after the Ramadan. We often told ourselves to cooperate but rarely practice it in the working place. In fact, when we want to effectively work together, the result would be extraordinary", advised the Ustadz.

*The tausiyah was delivered in really fun ways, by entertaining gestures that cheer SOHO Global Health's employees. Besides, simple practical examples were used to convey the message to be understood easily. And after listening to it, all SGELT and the management were on the line to great each other with all employees while back songs were played by the employees of Supply & Operations division. The event finally was closed by enjoying dinner. ****

SGH KEMBALI TANDA TANGANI MOU DENGAN BPPT

SGH signed another MoU with BPPT.



Beragam usaha dilakukan oleh SOHO Global Health untuk merealisasikan konsep kerjasama ABGC (*Academy, Business, Government, and Community*) dalam inovasi suatu produk. Di pertengahan tahun 2017 ini SOHO Global Health telah menandatangani MoU kerjasama dengan Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT) RI. Kerjasama yang dilakukan adalah dalam rangka Penerapan Formula Obat Herbal Terstandar Penurun Gula Darah. Ini memang bukan kali pertama SGH menandatangani MoU dengan BPPT, tahun lalu SGH telah menandatangani MoU kerjasama dalam bidang obat dan kesehatan dengan BPPT.

Penandatanganan MoU tersebut dilakukan di awal acara **Kongres Teknologi Nasional (KTN)** yang digelar pada 17-19 Juli 2017 lalu di Gedung BPPT. Dalam acara yang mengangkat tema besar yaitu "Inovasi Teknologi untuk Daya Saing dan Kemandirian Bangsa", penandatanganan

MoU dilakukan dihadapan para peserta kongres. Adapun dalam penandatanganan MoU ini, SOHO Global Health diwakili oleh Made Dharma Wijaya selaku *EVP Supply & Operations*.

Tidak hanya penandatanganan MoU kerjasama, dalam acara KTN 2017 lalu Bapak Made Dharma Wijaya juga dipercaya untuk menjadi salah satu pembicara. Dalam acara KTN 2017, tema yang diangkat untuk bidang kesehatan adalah "Penguatan Inovasi Teknologi Kesehatan dan Obat untuk Peningkatan Daya Saing serta Kemandirian Industrial Kesehatan Nasional."

Sebuah kebanggaan tersendiri bahwa SOHO Global Health dipercaya untuk membawakan presentasi dengan tema "Perspektif Industri dalam Peningkatan Daya Saing Obat Tradisional" di depan para peserta Kongres Teknologi Nasional 2017. ***



SOHO Global Health has been attempted efforts to realize ABGC (Academy, Business, Government, and Community) concept of cooperation for product innovation. In the middle of 2017, the company has signed MoU with Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi /BPPT RI (Agency for Assessment and Application of Indonesia). The cooperation entitles the application of the standard of herbal medicine formula for reducing sugar blood. The cooperation is not the first time between the institutions as last year, SGH signed another MoU for medical supplies and health with BPPT.

The MoU signing was scheduled at the beginning of **Kongres Teknologi Nasional/ KTN (National Technology Congress)** which was organized on 17-19 July 2017 at BPPT building. In the event that carrying main theme "Technology Innovation for Country's Competitiveness and Independence", the MoU signing was witnessed by the congress' participants. For the MoU signing, SGH was represented by Made Dharma Wijaya as EVP Supply & Operations.

SOHO Global Health's contribution did not stop there as in the event, Made Dharma Wijaya was also appointed as the speaker to deliver

a presentation. Additionally, for health section in the congress the theme was "Strengthening Technology Innovation of Health and Medical Supplies for Increasing National Industrial Health's Competitiveness and Independence". It was an honor for SGH delivering the presentation regarding "Perspective of Industries in Increasing Traditional Medicine Competitiveness" in front of all KTN's participants. ***



KERJASAMA TOLL IN MANUFACTURING DENGAN NU SKIN

PT. SOHO Industri Pharmasi mendapatkan kepercayaan dari Nu Skin, salah satu perusahaan asing terkemuka untuk membina kerjasama toll in manufacturing



Sejak didirikan tahun 1951, PT. SOHO Industri Pharmasi sudah membangun reputasinya sebagai salah satu pemain terkemuka di industri farmasi di Indonesia. Pengembangan usaha telah gencar dilakukan baik dalam membangun merek-merek produk yang unggul maupun menjangkau pasar internasional. Tahun ini, PT. SOHO Industri Pharmasi mendapatkan kepercayaan dari salah satu perusahaan asing terkemuka dengan produk *anti aging* yaitu Nu Skin yang membina kerjasama dalam bentuk *Toll In Manufacturing*.

Tanpa ragu, investasi besar pun telah dilakukan Nu Skin yakni pengadaan teknologi canggih yang

belum dimiliki PT. SOHO Industri Pharmasi. Kerjasama ini membuktikan bahwa sistem manajemen mutu, manajemen proses produksi dan kualitas personil PT. SOHO Industri Pharmasi dinilai baik di mata pelaku bisnis global. Pada tahap awal, produk Nu Skin ini akan dipasarkan bagi konsumen di Indonesia yang kemudian pada tahap selanjutnya akan mencakup pasar konsumen Asia Tenggara. Kerjasama ini diharapkan dapat membawa perkembangan yang lebih baik bagi perusahaan dan berpotensi untuk membuka kerjasama berikutnya dengan para investor lainnya. ➡



Established since 1951, PT. SOHO Industri Pharmasi has started its reputation as one of the reputable companies in Indonesia's pharmaceutical industry. The business has been developed either by building superior products / brands or reaching the international market targeted. This year, PT. SOHO Industri Pharmasi is trusted by one prestigious multinational company with its anti-aging product, Nu Skin, to build cooperation in Toll in Manufacturing.

Without any doubt, big investment has been placed by Nu Skin through the procurement of

*advanced technologies that have not yet possessed by PT. SOHO Industri Pharmasi. This cooperation proves that quality of management system, production of management process and quality personnel of PT. SOHO Industri Pharmasi are taken into account by global business players. For starter, Nu Skin will set markets in Indonesian then Southeast Asia. This cooperation is expected to bring better development for the company and potentially to open next cooperation with other investors. ****

SGH LIVING THE VALUES

SGH menghadirkan forum bertajuk *HELLO LEADER* untuk mewujudkan penerapan Nilai-Nilai Utama SGH di lingkungan kerja

Untuk mewujudkan penerapan Nilai-Nilai Utama (*Core Values*) SOHO Global Health di lingkungan kerja, maka sejak 6 Oktober 2016 dibentuklah sebuah forum bertajuk **"HELLO LEADER"**. Dalam program ini, seluruh karyawan dapat bertemu langsung dengan para *leader* SGH dalam situasi yang dekat dan bersahabat. Melalui kegiatan *Hello Leader* ini, para karyawan dapat mendengarkan *sharing* dan belajar bersama tentang bagaimana menerapkan Nilai-Nilai Utama SGH di pekerjaan sehari-hari yang dibawakan langsung oleh para *leader* yang berkompeten di bidangnya. Secara periodik forum ini akan menghadirkan para *leader* di SGH, termasuk SGELT, yang sekaligus juga merupakan salah satu bentuk komitmen mereka sebagai *role model* dalam menerapkan Nilai-Nilai Utama SGH. Ingin tahu bagaimana keseruan acara *Hello Leader* periode 2017? Coba lihat foto-foto suasana kegiatan *Hello Leader* di bawah ini. ***



To realize the implementation of the Core Values of SOHO Global Health in the workplace, since October 6th 2017, a forum called "HELLO LEADER" was created. In this program, SGH Leaders met group of employees in an intimate situation. Through this event, employees can listen and learn from competent leaders in certain fields how to live the Core Values in the daily working life. Periodically, this forum presents SGH's leader including SGELT. This concurrently shows their commitment to be role models in practicing SGH's Core Values. Want to know the excitement from Hello Leader 2017?

*Take a look at some photos of Hello Leader activities below. ****



Hello Leader with Raphael Awlin



Hello Leader with Denny Charla



Hello Leader with Handoko



Hello Leader with Yully Indarti



Hello Leader

PROYEK CONTINUOUS IMPROVEMENT

Berbagai proyek *Continuous Improvement* diimplementasikan dengan penuh antusias sebagai perwujudan nilai utama SGH semangat berinovasi



Metamorphosis Competition 2017: Level Up

Tahun ini ajang *Metamorphosis Competition* telah memasuki tahun yang ke-6. Sejak digagas dan pertama kali diimplementasikan pada tahun 2011 hingga kini, melalui ajang *Metamorphosis Competition* telah terkumpul ribuan ide perbaikan dengan *cost saving* lebih dari Rp 22,8 milyar.

Tema *Metamorphosis Competition 2017* adalah "Level Up" dengan harapan antusiasme karyawan dalam kontribusi ide perbaikan semakin meningkat dengan ide-ide perbaikan yang semakin berbobot. *Metamorphosis Competition 2017* dengan kategori IP (tahap 1) telah dilaksanakan tgl 16 Maret 2017 dengan pemenang sebagai berikut:

1-Irwansyah dari *Liquid Productionn Department* sebagai pemenang *Platinum Achievement* dengan nama proyek "Minimalisasi reject cap dengan cara modifikasi penekan cap dan pemasangan *pre-capping* pada mesin *filling Chun Jye* baru"

2-Eko Cahyono dari *Plant Logistic Department* sebagai pemenang *Gold Achievement* dengan nama proyek "Penghematan penggunaan energi listrik pada *cold storage*"

3-Sunyatno dari *Solid Production Department* sebagai pemenang *Silver Achievement* dengan nama proyek "Meningkatkan efisiensi proses *filling* kapsul pada mesin *NJP 1200* dengan pengadaan *vacuum* massa bersih"

Metamorphosis Competition 2017 dengan kategori IP (tahap 2) akan diselenggarakan pada tanggal 28 September 2017. Pastikan Anda berkontribusi menyumbang ide perbaikan bagi *Supply & Operations* yang lebih baik!

Energy Saving Campaign

Krisis energi telah menjadi wacana yang sering dibicarakan. Krisis ini terjadi lantaran cadangan bahan bakar minyak terus berkurang setiap tahun. Sebagaimana diketahui, Indonesia kini hanya memiliki 9 miliar barel bahan bakar minyak. Jumlah itu diperkirakan akan habis dalam waktu 18 tahun sebab setiap tahunnya 15 juta barel digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti transportasi, pembangkit listrik, dan akomodasi.

Pemerintah sudah mencoba mencari dan mengembangkan sumber energi alternatif. Pemerintah mulai memanfaatkan energi panas bumi sebagai salah satu sumber energi terbarukan. Namun, upaya itu akan percuma tanpa didukung oleh masyarakat. Untuk itu, edukasi hemat energi perlu ditingkatkan.

PT. Soho Industri Pharmasi seperti halnya sejumlah perkantoran/pabrik menggunakan poster hemat energi untuk menumbuhkan kesadaran hemat energi dalam diri para karyawan. Poster ini ditempel di beberapa tempat, seperti ruangan kerja dan kamar mandi. Namun poster hanyalah poster jika tidak ada kesadaran dari dalam diri bahwa adalah tanggung jawab kita bersama untuk HEMAT ENERGI.

Lead-time Standardization

Sebagai distributor yang menyalurkan produk dari principal hingga ke outlet agar dapat dijangkau oleh konsumen akhir, tentunya

harus memiliki standar layanan tertentu. fungsi dari standar layanan ini adalah sebagai ukuran keberhasilan dari proses distribusi. Untuk itu tim PPG melakukan upaya perbaikan *Service Level* dengan tahap awal yaitu penetapan standarisasi proses & *lead-time*.

Standarisasi proses & *lead-time* ini dibuat dengan tujuan agar proses kerja lebih efektif dan jika terjadi masalah dapat mudah diidentifikasi untuk segera diselesaikan. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1-Melakukan **Process Mapping** yang bertujuan untuk menentukan proses standar;
- 2-Menetapkan **Lead-time Standard** dengan melakukan *review data monitoring lead-time* proses di seluruh cabang PPG;
- 3-Melakukan **implementasi standar** tersebut di seluruh cabang PPG dengan didampingi oleh "Change Agent".

Implementasi standar secara nasional dimulai per 1 Agustus 2017. Karyawan yang terlibat dalam proses pembuatan pesanan hingga proses pelunasan piutang diberikan *training* mengenai standar yang telah ditetapkan. Setelah *training*, implementasi langsung dilakukan di masing-masing bagian dan setiap bulan dilakukan *monitoring* sebagai indikator kinerja cabang dan kesuksesan implementasi proyek ini. ***

AYO HEMAT ENERGI



SOHOISME



CONTINUOUS IMPROVEMENT PROJECTS

Various Continuous Improvement projects are implemented with great enthusiasm align with one of SGH's main value passion for innovation



Metamorphosis Competition 2017: Level Up

This year Metamorphosis Competition has been held for the sixth time. Since the first time in 2011 until now, this competition has collected a myriad ideas to refinement and saved cost more than IDR 22.8 billion.

Metamorphosis Competition 2017 is carrying theme 'Level Up', expecting bigger employees' enthusiasm in contributing refinement ideas. Metamorphosis Competition 2017 in IP category (phase 1) was held on 16 March 2017 with winners as follows:

1-Irwanyah from Liquid Production Department was rewarded Platinum Achievement for "Minimalization of reject cap by cap pressed modification and pre-cap installation on new filling Chun Jye machine"

2-Eko Cahyono from Plant Logistic Department was rewarded Gold Achievement for "Energy saving by using electrical energy on cold storage"

3-Sunyatno from Solid Production Department was rewarded Silver Achievement for "Improving efficiency of capsule filling process on NJP 1200 machine by procurement of clean massa vaccum"

Metamorphosis Competition 2017 in IP category (phase 2) will be organized on 28 September 2017. Make sure you contribute more refinement ideas for better Supply & Operations organization!

Energy Saving Campaign

Energy crisis has been quite a trending topic. This crisis occurs because of the reduction of fuel oil every year. In fact, Indonesia today has only 9 billion of fuel oil barrels reserve. The amount is assumed to finish in next 18 years as every year about 15 million barrels have been absorbed to fulfill people's demand for transportation, electricity and accommodation.

The government has been searching and improving alternative energy sources. Government also has started to harness geothermal energy as one of new energy sources. However, the effort will be useless without the support of the community. Energy saving awareness, thus, should be more spread.

PT. SOHO Industri Pharmasi as other companies or manufacturers has stamped energy saving posters to divulge the awareness to the employees. These posters have been placed on few corners including at working space and restroom. But it's merely a poster if there is no self-awareness that it is our shared responsibility to SAVE ENERGY.

Level Up METAMORPHOSIS COMPETITION 2017

1st PLACE
Rp. 5,000,000

2nd PLACE
Rp. 3,000,000

3rd PLACE
Rp. 2,000,000

4th PLACE
Rp. 1,000,000

PRIZES

ACHIEVEMENT	PRIZE
PLATINUM ACHIEVEMENT	Rp. 5,000,000
GOLD ACHIEVEMENT	Rp. 3,000,000
SILVER ACHIEVEMENT	Rp. 2,000,000
BRONZE ACHIEVEMENT	Rp. 1,000,000

Lead-time Standardization

As a distributor that delivers products from principal to outlet to reach the consumers, standard service should be applied. The function of this "standard service" is to measure the success rate from the distribution process undertaken. Team PPG, therefore, attempts to refine its Service Level by doing first step such as process & lead-time standardization.

This process & lead-time standardization is created with the aim of making the work process more effective and in the event of a problem easily identifiable for immediate completion. The steps taken are as follows:

- 1-Process Mapping** to determine standard process;
- 2-Set Lead-time Standard** by reviewing data monitoring lead-time process in all PPG's branches;
- 3-Applying Standard Implementation** in all branches of PPG accompanied by "Change Agent"

Implementation of national standards commences as of August 1, 2017. Employees involved in the process of making orders for the repayment process are given training on predefined standards. After the training, the implementation is directly done by each division and monitored monthly as branches' performance indicators and the success rate of this implementation project.



SOHO GLOBAL HEALTH TURUT RAMAIKAN INDONESIA NATURAL PRODUCT EXPO 2017

Tim SGH membawakan presentasi produk untuk mengenalkan konsep



Sebagai produsen obat berbahan natural, SOHO Global Health turut meramalkan acara Indonesia Natural Product Expo 2017 pada Kamis (11/05/2017) hingga Minggu (14/05/2017) di Jakarta Convention Center. Ajang pameran produk bahan alam terbesar di Indonesia tersebut, diselenggarakan pertama kali oleh Badan Pengawas Obat & Makanan (BPOM) dengan mengangkat tema *"Indonesia Cultural Heritage of Health and Beauty for the World"*.

"Kegiatan ini akan dilaksanakan secara rutin setiap tahunnya sebagai rangkaian dari Gerakan Nasional Peduli Obat dan Pangan Aman (GNPOPA)," ujar Penny K. Lukito, Kepala BPOM, saat memberikan sambutan dalam pembukaan acara tersebut. Dalam kesempatan yang sama, Wakil Presiden Jusuf Kalla juga

menunjukkan dukungannya terhadap kemajuan produk jamu yang sangat khas dengan Indonesia. Indonesia tidak kalah dengan negara lain, yang sudah maju dengan produk-produk unggulan seperti Korea yang memiliki ginseng dan Cina dengan hasil alamnya.

"Kita juga bisa seperti negara lain karena kita memiliki jamu. Ini sangat mungkin. Tentunya dibutuhkan penelitian yang lebih baik, teknologi yang lebih mendukung, pemasaran yang lebih baik, dan peningkatan mutu serta kualitas hasil produksi. Dengan begitu, produk jamu bisa semakin berhasil," papar Jusuf Kalla.

Selama empat hari mengikuti pameran tersebut, di booth SOHO Global Health dipamerkan beragam produk unggulan SGH. Selain itu ditawarkan pula beragam promo



menarik untuk pembelian Fitkom, Dianeral, Curcuma Plus, Asthin Group, Imboost, & lain lain.

Tak hanya itu saja, untuk semakin mengenalkan konsep *Seed to Patient* kepada masyarakat, pada hari Sabtu (13/05/2017) tim SOHO Global Health membawakan *product presentation* bagi para pengunjung. Dalam presentasi kali ini, SOHO Global Health diwakili oleh Raphael Aswin Susilowidodo, Vice President R&D dan RMA. Di dalam presentasi tersebut, dijelaskan bagaimana SOHO Global Health bertekad untuk memberikan produk yang terbaik untuk masyarakat.

"Dalam mengembangkan obat, kami selalu memperhatikan tiga hal yaitu manfaat, kenyamanan, dan rasa. Terutama untuk produk

yang ditujukan untuk dikonsumsi anak-anak, memperhatikan tiga hal yaitu manfaat, kenyamanan, dan rasa. Terutama untuk produk yang ditujukan untuk dikonsumsi anak-anak, kami berusaha untuk memproduksi obat yang nyaman untuk dikonsumsi dan rasanya enak," ujar Raphael Aswin Susilowidodo dalam penjelasannya.

Penjelasan yang menarik, membuat cukup banyak pengunjung tertarik untuk bertanya lebih lanjut mengenai produk-produk unggulan SOHO Global Health. Mayoritas pengunjung yang merupakan kaum ibu-ibu membuat pertanyaan yang diajukan pun tidak jauh dari vitamin atau suplemen yang tepat untuk anak. Sesi tanya jawab ini juga semakin seru karena setiap penanya akan mendapatkan bingkisan dari SOHO Global Health.^{***}



SOHO GLOBAL HEALTH JOINED THE FORCE OF INDONESIA NATURAL PRODUCT EXPO 2017

The team from SGH carried out product presentation to introduce Seed to Patient concept to the audience



As the producer of natural medicine, SGH joined contributing at Indonesia Natural Product Expo 2017 on Thursday (11/05/2017) to Sunday (14/05/2017) at Jakarta Convention Center. The biggest exhibition of natural products in Indonesia was held for the first time by Badan Pengawas Obat & Makanan (National Agency of Drugs and Foods Controls) dubbed as BPOM carrying theme "Indonesia Cultural Heritage of Health and Beauty for the World".

"This event will be arranged regularly every year as the continuity of Gerakan Nasional Peduli Obat dan Pangan Aman (GNPOPA) / National Movement of Safe Drugs and Food," says Penny K. Lukito, Head of BPOM, when giving speech in the ceremony.

Moreover, the Vice-President of Indonesia, Mr. Jusuf Kalla showed his support to the development of jamu (herbal medicine) products that represent Indonesia. Indonesia is not losing its position from other developed countries for example from Korea with Ginseng and China with natural sources.

"We can be successful like those developed countries because of our jamu. It's possible. However, we need more research, advanced technology, good marketing and improvement of quality. Therefore, our jamu products will gain more profits," reveals Jusuf Kalla.

For four days, SOHO Global Health showcased an array products and promotions for purchasing Fitkom, Dianeral, Curcuma Plus, Asthin Group, Imboost, and more.

Moreover, *Seed to Patient* campaign was also introduced on Saturday, (13/05/2017) SOHO Global Health displayed presentation product to the visitors. In the presentation, SOHO Global Health was represented by Raphael Aswin Susilowidodo, Vice President R&D and RMA explaining about SOHO's visions and missions to provide only the best products.

"We always concern three important things when developing products namely benefits, convenience

and flavors. Especially for products intended for children consumption, we try to always produce medicines that are convenient for consumption and taste good," tells Raphael Aswin Susilowidodo.

Interesting presentation surely made visitors willing to ask more about SOHO Global Health's products. Most visitors were mothers who asked about vitamins and supplements for their kids. And it was more exciting because the Q&A session had them goodie bags containing of SOHO Global Health's products."



KUNJUNGAN KEMENTERIAN KESEHATAN KE FASILITAS PRODUKSI DAN R&D SOHO GLOBAL HEALTH

SGH menjadi pelaku bisnis di industri yang pertama kali dikunjungi oleh tim Kemenkes dalam rangka meningkatkan kapasitas dokter dalam pelayanan medik herbal



Dalam rangka meningkatkan dan mengembangkan pelayanan kesehatan tradisional terintegrasi, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia mengadakan *Training of Trainer (TOT)* Peningkatan Kapasitas Dokter dalam Pelayanan Medik Obat Herbal kepada para dokter dari 25 provinsi di Indonesia. Salah satu materinya adalah dengan meninjau langsung fasilitas riset dan pengembangan serta proses produksi Obat Herbal Asli Indonesia di PT. SOHO Global Health pada Senin, 30 Januari 2017 lalu.

"Tujuan kami datang ke sini bersama peserta pelatihan adalah dalam rangka melihat lebih dekat cara pembuatan obat tradisional yang dilakukan di SOHO Global Health ini. Sehubungan dengan pembangunan kesehatan

diharapkan dapat dicapai derajat kesehatan yang setinggi - tingginya," ujar Drs. IG Bagus Sarjana, M.Kes-Plt Kasubdit Pelayanan Kesehatan Tradisional Integrasi, selaku ketua panitia "TOT Peningkatan Kapasitas Dokter dalam Pelayanan Medik Obat Herbal" dalam sambutannya.

Bagus juga menambahkan, harapannya para tenaga medis yang sudah terlatih dapat memberikan kontribusi di daerah masing-masing terkait pelayanan medis obat herbal dan berkontribusi untuk mengantisipasi permasalahan kesehatan yang ada. Yang membanggakan, SGH menjadi pelaku bisnis di industri yang pertama kali dikunjungi oleh tim Kemenkes dalam rangka peningkatan kapasitas dokter dalam pelayanan medik herbal.

"Sebagai informasi, ini adalah pertama kalinya kita mengunjungi industri, karena selama ini kita hanya mengunjungi fasyankes (Fasilitas Pelayanan Kesehatan) salah satunya di Rumah Sakit Kanker Dharmas untuk melihat secara langsung penyelenggaraan pelayanan kesehatan tradisional yang terintegrasi di rumah sakit," ujar dr. Aldrin Neilwan, Sp. Ak, MARS, M. Biomed, M. Kes – Kasie Pelayanan Kesehatan Tradisional Integrasi di Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama saat memberikan pemaparan mengenai "Strategi Pengembangan Pelayanan Kesehatan Tradisional Integrasi" di hadapan para dokter peserta pelatihan.

Selesai mendengarkan pemaparan dari perwakilan Kemenkes, pemaparan selanjutnya mengenai produksi obat herbal di SOHO Global Health disampaikan oleh Made Dharma Wijaya (*Executive Vice President Supply & Operations*), Raphael Aswin Susilowidodo (*R&D Director*), Bobi Ramadallanta (*Engineering Senior Manager*). Setelah itu, tim dari Kemenkes beserta 25 dokter perwakilan dari 25 provinsi diajak berkeliling

pabrik SOHO Global Health mulai dari area *Research and Development, QC*, hingga Produksi.

"Kami sangat senang menerima kunjungan Bapak dan Ibu Dokter dari 25 provinsi di Indonesia yang dikoordinasikan oleh Direktorat Pelayanan Kesehatan Tradisional Kementerian Kesehatan Republik Indonesia di fasilitas R&D dan Fasilitas Produksi PT. SOHO Industri Farmasi yang sudah mendapatkan sertifikasi CPOB (Cara Pembuatan Obat Yang Baik), CPOTB (Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik) dari Badan POM dan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2008. Harapan kami, semoga kami sebagai produsen dalam negeri dapat turut memberikan kontribusi dalam sistem Jaminan Kesehatan Nasional, antara lain dapat dimasukkannya obat herbal dalam formularium nasional dan turut serta berpartisipasi aktif dalam membangun kemandirian bangsa dalam obat herbal yang bermutu, sesuai dengan program pemerintah, terutama PP 6/2016", tutur Made Dharma Wijaya. ***



MINISTRY OF HEALTH VISIT TO SOHO GLOBAL HEALTH PRODUCTION AND R&D FACILITY

SGH is the first manufacturing company that has been visited by the Ministry of Health for the event of medical personnel's capacity development in offering herbal medicine



On the occasion of developing the integrated traditional health services, Indonesia's Ministry of Health organized "Training of Trainer (TOT): The Development of Doctors' Capacity for Medical Service of Herbal Medicine" to doctors from 25 provinces in Indonesia. One of the schedules was reviewing research and development facilities and production process of herbal medicine originated from Indonesia in PT. SOHO Global Health on Monday, January 30th, 2017.

"Our visit today with the trainees is for researching directly the herbal medicine production that has been run by SOHO Global Health. Related to the plan of increasing health services, it is expected that the result would exceed the expectation", explained by Drs. IG Bagus Sarjana, M.Kes –

Caretaker of Head of Sub-Division of Traditional Integrated Health Services, as Head of Committee "TOT Development of Doctors' Capacity for Medical Service of Herbal Medicine" in his speech.

Bagus also added his expectation to the trained medical personnel can contribute more in their region regarding this herbal medicine and in anticipating issues of public health services. What makes proud for SOHO Global Health is when our company is known for the first manufacturing company that has been visited by the Ministry of Health for the event of medical personnel's capacity development in offering herbal medicine.

"For your information, this is the first visit to the industry player because we used to merely visit Health Service Service Facilities (Fasilitas Pelayanan

Kesehatan / "Fasyankes") one of them is Dharmas Cancer Hospital to review the practice of integrated traditional health service in certain hospital", revealed by dr. Aldrin Neilwan, Sp. Ak, MARS, M. Biomed, M. Kes – Head of Integrated Traditional Health Service in Health Facilities (First Degree) when discussing about "Strategies of Integrated Traditional Health Service Development" in front of the doctors in training.

Afterwards, the explanation about herbal medicine production in SOHO Global Health was presented by Made Dharma Wijaya (Executive Vice President Supply & Operations), Raphael Aswin Susilowidodo (R&D Director) and Bobi Ramadallanta (Engineering Senior Manager). Later then, team of the Ministry of Health and the 25 doctors were invited to have the tour around SOHO Global Health's factory from Research and Development area, QC to Production.

"We are honored by the visit of all represented

doctors from 25 provinces in Indonesia who have been coordinated by the Directorate of Traditional Health Services, Ministry of Health of the Republic of Indonesia, in the R&D and production facilities of PT. SOHO Industri Phamasi that has been certified for its qualified medicine production (CPOB / Cara Pembuatan Obat Yang Baik), qualified traditional medicine production (CPOTB / Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik) from The National Agency of Drug and Food Control / Badan POM and Management Quality of ISO 9001:2008. It's our sincere hope that as domestic producer we can contribute in National Health Insurance system including the production of herbal medicine for national formulary and participate actively in building the nation's independence in quality herbal medicine in accordance with government programs particularly PP 6/2016", Made Dharma Wijaya, unfolded. ***



PERSEMIAN PENGGUNAAN SAP DI PPG DAN PENUTUPAN SALES PPG MENGGUNAKAN SAP UNTUK PERTAMA KALI

SAP was officially live and first sales closing by using SAP system at PPG



Jakarta (03/02) - Mengawali tahun 2017, SOHO Global Health melakukan sebuah gebrakan besar untuk menata proses bisnis menggunakan sistem manajemen yang terintegrasi. Diawali dengan *kick off* penggunaan SAP pada 25 Februari 2016 lalu, akhirnya setelah 11 bulan berlaku pada tanggal 7 Januari 2017 SAP resmi digunakan oleh Parit Padang Global.

"Semua orang berdedikasi penuh untuk mempersiapkan agar SAP bisa digunakan tepat waktu. Semua sudah menunjukkan kerja yang sangat baik, saya sangat mengapresiasi dan saya ucapkan terima kasih kepada Anda semua. Semoga SAP dapat membuat pekerjaan kita

menjadi lebih efisien" tutur Rick Gouw, *Senior Executive Vice President Commercial* dalam acara peluncuran SAP.

Setelah satu bulan menerapkan sistem SAP, pada 31 Januari 2017 lalu menjadi kali pertama Parit Padang Global melakukan penutupan sales dengan menggunakan sistem SAP.

"Banyak dari kami yang ragu peluncuran SAP dapat dilakukan tepat waktu karena kami perlu menangani hal ini secara cepat di 28 sites yang tersebar di 25 cabang dan 3 lokasi HO lengkap dengan modul *Warehouse Management Solution*. Tetapi saya yakin dengan tim yang solid

dan bersemangat, kita dapat mengerjakan semuanya dengan baik”, ungkap Denny Charlie, *Executive Vice President Business Technology*.

“Penutupan sales pertama kami pada 31 Januari lalu dapat dikatakan berjalan lancar. Walaupun sebenarnya kami menghadapi sedikit kesulitan di beberapa area dikarenakan oleh adaptasi sistem baru akan tetapi kami

juga sudah mempersiapkan para staf di setiap area untuk menyelesaikan masalah tersebut,” tambah Denny Charlie.

Sekilas informasi, SAP (*Systems, Applications & Products in Data Processing*) adalah software yang dikembangkan untuk mendukung organisasi dalam menjalankan kegiatan operasionalnya secara lebih efisien dan efektif. ❧



Jakarta (03/02) - Starting in 2017, SOHO Global Health made a major breakthrough to organize business processes using an integrated management system. It was begun by kicking off of SAP usage on February 25th, 2016 then, finally after 11 months passed on January 7th, 2017 SAP was officially Live at Parit Padang Global.

“The project team have been dedicated themselves to ensure a timely SAP Go Live. All have been working very hard and deserve our appreciation. I thank you all. Hopefully, SAP can make our work more efficient”, Senior Executive Vice President Commercial, Rick Gouw stated. After his speech, a symbolic momentum to officiate SAP Go Live in Parit Padang Global was proceeded.

After a month implementing SAP system, on January 31st, 2017 Parit Padang Global performed sales closing by using SAP system for the first time.

“Any of us doubted for this SAP to Go Live on time as we need to handle this quickly across 28 sites spread across 25 branches and 3 HO locations complete with the Warehouse Management Solution module, however we are confident with a solid and passionate team, we can accomplish great things”, Denny Charlie, *Executive Vice President Business Technology*, unfolded.

“Our first sales closing on January 31st, 2017 was considered running well, we expect some bottleneck in some areas due to the adaptation to the new system, however we also prepared our staff in each area to immediately solve the problem”, Denny Charlie added.

In brief, SAP (*Systems, Applications & Products in Data Processing*) is software that has been developed to support organizations in running their operational activities to be more efficient and effective. ❧

IKLAN TV BARU IMBOOST

Imboost new TV commercial



Adalah komitmen kita untuk berinvestasi membangun platform pertumbuhan yang sehat atas produk-produk unggulan SGH. Salah satunya adalah investasi di iklan TV IMBOOST yang baru yang ditayangkan sejak Mei 2017.

Di iklan terbaru ini, kita mengiklankan Imboost dengan duta merek pasangan selebriti Titi Kamal dan Christian Sugiono, dimana dikomunikasikan bahwa Imboost adalah suplemen daya tahan tubuh terbaik untuk menjaga kesehatan seluruh anggota keluarga disetiap aktivitas. ***

It is our commitment to invest in building growth platform on our prominent brands. One of the investments is IMBOOST new TV Commercial (TVC) aired since May 2017.

*In this new TVC, we advertising Imboost with the celebrity couple brand ambassador Titi Kamal and Christian Sugiono, we communicate that Imboost is the best immunomodulator supplement that help to keep the health of family member in their activities. ****

PELUNCURAN FITKOM GUMMY SPECIAL EDITION

The launch of Fitkom Gummy Special Edition

Pada bulan April 2017, SGH kembali meramaikan pasar vitamin anak melalui peluncuran kemasan baru Fitkom Gummy Special Edition. Kemasan baru ini dapat dibentuk dan dimainkan, sehingga diharapkan membawa keceriaan bagi anak dan menstimulasi kreativitas mereka. ***



*In April 2017, SGH continued to bring excitement to the kids vitamin market by the launch of the Fitkom Gummy Special Edition packaging. This new pack design, allowing kids to play to build DIY (Do It Yourself) toys from Fitkom boxes, is expected to excite kids by stimulating their creativity. ****

CEGAH PENYAKIT DEGENERATIF DENGAN ASTAXANTHIN

SGH menghadirkan manfaat Astaxanthin melalui berbagai varian Asthin Force.



Jakarta (11/03) - Penyakit jantung, diabetes, stroke, masih menjadi momok bagi orang yang mulai memasuki fase usia lanjut. Banyak stereotype yang mengatakan bahwa penyakit tersebut lumrah dialami para lansia, membuat banyak orang kurang mawas diri. Padahal sebenarnya ada beragam cara yang dapat dilakukan untuk menekan risiko penyakit degeneratif tersebut bersarang di tubuh kita. Salah satu caranya adalah dengan mengonsumsi Astaxanthin secara rutin.

Mengapa Astaxanthin dapat menekan risiko penyakit degeneratif?

Paparan radikal bebas seperti polusi udara dan sinar matahari tentu tidak bisa dihindari.

Padahal paparan radikal bebas yang secara terus menerus menerpa seseorang dapat menjadi salah satu faktor yang membuat antioksidan alami dalam tubuh menjadi tidak seimbang, sehingga terjadilah yang biasanya disebut dengan stres oksidatif. Stres oksidatif memiliki efek jangka panjang yang kurang baik bagi tubuh, salah satunya adalah penyakit degeneratif yang mulai mengintai.

"Saat ini pemahaman kita terhadap penyakit sudah berubah. Tidak perlu menunggu rasa sakit, lumpuh, dan sesak baru diatasi. Artinya, pencegahan kini sudah dianggap penting terutama untuk penyakit DOCARS (Diabetes, Obesitas, CVD, Stroke). Pencegahan yang dilakukan dengan pendekatan sampai ke dalam

molekul dan sel manusia adalah hal penting. Oleh karena itu, hadirnya Astaxanthin yang bekerja sebagai anti inflamasi dan antioksidan di tingkat sel (mitokondria) saat ini sangat tepat waktu," ungkap Prof. Dr. dr. Gatot Susilo Lawrence, M. Sc., Sp. PA(K), DFM, Sp.F, FESC, MD, Ph.D – Ahli Patologi.

Oleh karena itu, untuk mencegah stres oksidatif Anda perlu memperbanyak antioksidan yang merupakan penangkal radikal bebas. Antioksidan memang dapat diperoleh secara alami dari dalam tubuh namun jika ditopang dengan asupan antioksidan dari eksternal tentu akan memaksimalkan fungsinya sebagai penangkal radikal bebas.

Astaxanthin sebagai salah satu antioksidan terbaik, dapat ditemukan di dalam wortel, tomat, ikan salmon, udang dan rumput laut merah. Mendapatkan manfaat Astaxanthin dari makanan tersebut tentu bisa, namun jumlahnya tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan tubuh. Saat ini, antioksidan yang paling kuat adalah Astaxanthin yang berasal dari *Haematococcus Pluvialis*. Astaxanthin diketahui memiliki kekuatan antioksidan 6000x vitamin C, dan 110x vitamin E, 54x beta karoten, 550x green tea catechins.

"AstaReal dari Jepang adalah pelopor budi daya dan produksi Astaxanthin dengan menggunakan system fotobioreaktor tertutup satu-satunya di dunia. Keunggulan dari proses ini akan menghasilkan stabilitas dan kemurnian yang berpengaruh pada kemanjuran Astaxanthin yang tentunya tak akan tertandingi." ujar Dr. Iyer Balasubramaniam Krishnaswami, MBBS - Medical Adviser for Astareal dalam acara **SOHO #BetterU** yang digelar pada Sabtu 11 Maret 2017 di Gunung Geulis Cottage, Bogor.

Oleh karena itu, untuk memudahkan masyarakat mendapatkan manfaat Astaxanthin secara maksimal SOHO Global Health menghadirkan produk Asthin untuk Anda.

"Sejak tahun 2007, untuk pertama kalinya SOHO Global Health memperkenalkan produk natural Astaxanthin di Indonesia dengan nama dagang Asthin Force melalui rekomendasi dokter. Sampai kini setelah 10 tahun dipasarkan, Asthin Force tetap menjadi pemimpin di pasar antioksidan Indonesia. Berbagai varian Asthin telah dikembangkan seperti Asthin Force 4, Asthin Force 6, Asthin BOND, Asthin Cor, Asthin Diab, Asthin Force Gel, Astaderm Cream, Astaderm Face dan Eye Serum" ujar Yulita Lea, Marketing Director SOHO Global Health. ***



PREVENT DEGENERATIVE DISEASE WITH ASTAXANTHIN

SGH brings the advantage of Astaxanthin through many variants of Asthin Force



Jakarta (11/03) – Heart attack, diabetes, and stroke, remain haunted old people who realize the stage of their age that possibly to get those diseases. In fact, there are few methods to prevent the risk of degenerative diseases by consuming Astaxanthin regularly.

Why Astaxanthin can prevent the risk of degenerative diseases?

Free radical from air pollution and UV light surely cannot be avoided that easy however we know this can be one of the aspects of natural antioxidant degeneration. Then oxidative stress could harm one's body. Oxidative stress has long-term disadvantage for our body including the degenerative diseases aforementioned to attach.

"Nowadays, our understanding of diseases has changed. We usually don't wait until the pain or paralysis or out of breath occur. It means, early prevention is the first thing to do to averting DOCARS (Diabetes, Obesitas, CVD, Stroke). Prevention to research the inner most molecule and cells of human is the most important thing. Therefore, Astaxanthin works as anti-inflammation and antioxidant in cells (mitochondria) would be effective.", unfolded by Prof. Dr. dr. Gatot Susilo Lawrence, M. Sc., Sp. PA(K), DFM, Sp.F, FESC, MD, Ph.D – Professor of Patology.

To prevent oxidative stress, thus, people have to consume antioxidant more that is prophylactic for free radical. Antioxidant can be obtained naturally from our body if consumption of antioxidant from

from external is sufficed so that it can maximize the prophylactic of free radical.

Astaxanthin as one of the best antioxidant can be founded in carrots, tomatos, cod fish, shrimp and red seaweed. To get the advantage of Astaxanthin from those sources surely is possible yet the amount is not enough to suffice the necessity. Today, the most powerful antioxidant source is Astaxanthin from *Haematococcus Pluvialis*. Astaxanthin is known for its antioxidant containing 6000x vitamin C, 110x vitamin E, 54x beta carotene, 550x catechins green tea.

"AstaReal from Japan is prominent of Astaxanthin production by using photo bioreactor system one and only in the world. The strength from this process can result stability and purity for the maximum performance of Astaxanthin" told Dr. Iyer Balasubramaniam Krishnaswami, MBBS -

Medical Adviser for Astareal in SOHO #BetterU organized on Saturday 11 March 2017 in Gunung Geulis Cottage, Bogor.

Therefore, to ease people getting Astaxanthin's benefits in maximum capacity, SGH brought to Indonesian market the Asthin product.

"Since 2007, for the first time SOHO Global Health introduced natural product of Astaxanthin in Indonesia named Asthin Force, doctor recommendation only. Until now after 10 years, Asthin Force is still the market leader for antioxidant products in Indonesia. Asthin variants have been developed such as Asthin Force 4, Asthin Force 6, Asthin BOND, Asthin Car, Asthin Diab, Asthin Force Gel, Astaderm Cream, Astaderm Face and Eye Serum", explained by Yulita Lea, Marketing Director of SOHO Global Health.***



MENGENAL PENYAKIT MENULAR SEKSUAL (PMS) DAN HIV AIDS

Understanding Contagious Sexual Diseases and HIV AIDS



SOHO Global Health mengadakan *Health Talk* dengan mengangkat tema "Mengenal Penyakit Menular Seksual (PMS) dan HIV AIDS". Acara yang diadakan pada hari Jumat, 4 Agustus 2017 ini digelar sebanyak 2 sesi. Sesi pertama pada jam 09.30-11.30 dilakukan di Pulogadung 6 sementara sesi kedua dilakukan jam 13.00-15.30 untuk karyawan di Rawa Sumur.

Acara *Health Talk* ini merupakan hasil kerjasama SOHO Global Health dengan Prodia dengan menghadirkan **dr Lim Jen Fuk, SpOK, MKK** dari Prodia sebagai pembicara. Materi ini penting dibawakan karena banyak penyakit menular seksual yang tidak terlihat secara kasat mata dan tidak disadari bahayanya. Sayangnya, masih banyak orang yang malu memeriksakan secara dini hal tersebut kepada dokter.

Selain itu, kegiatan ini juga dilakukan sebagai bentuk ketaatan SOHO Global Health terhadap peraturan yang berlaku di Indonesia. Sesuai Kepmenakertrans No.68/MEN/2004 Pasal 2 dan Perda Provinsi DKI Jakarta No.05 tahun 2008 Pasal 15 huruf g, disebutkan bahwa perusahaan wajib melakukan upaya pencegahan dan penanggulangan HIV/AIDS di tempat kerja.

"Perusahaan penting untuk mengedukasi karyawan mengenai hal ini, agar semakin banyak orang yang aware terhadap penyakit menular seksual dan HIV AIDS. Saat ini di Indonesia penanganan untuk HIV AIDS juga sudah sangat baik. Setiap orang juga bisa melakukan tes HIV, tes ini sifatnya sukarela dan kerahasiaan pasien pun terjamin. Jadi perusahaan juga tidak dapat memaksakan

karyawannya untuk melakukan tes HIV, kala pun memang ada peraturan tersebut nantinya hasil



tes tidak akan langsung diserahkan kepada perusahaan," ujar dr. Lim Jen Fuk meyakinkan pendengar. ***



SOHO Global Health held Health Talk carrying theme "Understanding contagious sexual diseases and HIV AIDS". The talk was arranged on Friday, 4 August 2017 in two sessions. First session was organized from 09.30-11.30 at Pulogadung 6 whilst second session was at 13.00-15.30 to employees in Rawa Samur.

*This Health Talk was collaboration between SOHO Global Health and Prodia, presenting **dr Lim Jen Fuk, SpOK, MKK** from Prodia as the speaker. This matter is important to deliver because many sexual diseases do not appear vividly and make people easily realize the impact. Unfortunately, many are embarrassed to get checked sooner to the specialists.*

Besides, the event became the responsibility of

SOHO Global Health to follow the regulation in Indonesia. As written on Kepmenakertrans No.68/MEN/2004 Article 2 and Perda (region regulation) of Jakarta No.05 2008 Article 15 clause g, it is mentioned that an institution must attempt prevention and countermeasure of HIV/AIDS at workplace.

*"An institution must educate employees about this matter so that people will be aware of the contagious sexual diseases and HIV AIDS. In Indonesia, nowadays, the handling of HIV AIDS has progressed. Everyone can do the HIV test, it's voluntary and secretive. Therefore, the company cannot force the employees to do the test, if there was a policy the test result would not be handed to the company itself," explained by dr. Lim Jen Fuk. ****



SOHO GLOBAL HEALTH DUKUNG PENGOBATAN GRATIS DI GUA MARIA KERP AMBARAWA

SGH Continued to Support Free Medical Service at Gua Maria Kerep Ambarawa



SOHO Global Health kembali memberikan dukungan dalam kegiatan bakti sosial pengobatan gratis yang digelar oleh tim pengelola Gua Maria Kerep Ambarawa, Semarang. Ini adalah kali ke-12 SGH mensupport kegiatan rutin tahunan yang kali ini dilakukan pada 18-19 Februari 2017 untuk memperingati "Hari Orang Sakit Sedunia".

Kegiatan ini dibuka oleh Romo Fx. Sukendar, Administrator Diocesan Keuskupan Agung Semarang didampingi Muspika Kecamatan Ambarawa. Pengobatan gratis untuk Umum ini juga didukung oleh 80 Dokter yang terdiri dari Dokter Umum, Dokter Spesialis dan Dokter Gigi dari RS Kariadi, RS Panti Wilasa Semarang dan para

dokter dari Ambarawa, serta tenaga Perawat dari RS Elisabeth dan dibantu Psikolog dari Unika Soegjapranata.

Dalam kegiatan pengobatan gratis ini, peserta juga bisa melakukan pemeriksaan Laboratorium Sederhana. Dan jika ada obat-obatan yang perlu dikonsumsi, maka akan diberikan gratis sebagai sumbangan dari SGH dan beberapa industri farmasi lainnya yang ada di Semarang, Solo, Bandung dan Jakarta. Dibidang pelayanan kefarmasian ini langsung dibantu oleh tenaga farmasi dari Yayasan Farmasi dan SMK & Akademi Farmasi Theresiana Semarang. Disamping itu juga dilakukan Bedah Minor terhadap 25 pasien yang membutuhkan tindakan bedah sederhana.

Antusiasme warga dalam kegiatan bakti sosial pengobatan gratis ini dapat dikatakan cukup tinggi. Bahkan total jumlah pasien yang datang berobat hingga akhir acara mencapai sekitar 1.750 pasien. Oleh karena itu, tim Pengelola Gua Maria Kerep Ambarawa Bidang Pengabdian Masyarakat sangat berharap jika kegiatan ini dapat dilanjutkan di tahun-tahun berikutnya. ***



SOHO Global Health continued to support social activities at Gua Maria Kerep Ambarawa, Semarang, by supporting free medical service. This is the 12th time SGH supported the annual social event that was held on 18-19 February 2017 to commemorate "World Day of the Sick".

The event was opened by Father Fx, Sukendar, Diocesan Administrator of Semarang Archdiocese accompanied by Muspika (a sub-district organization) of Ambarawa. The free medical service was also supported by 80 medical practitioners, including general practitioners, medical specialists, and dentists from Kariadi Hospital, Pantj Wilasa Semarang Hospital as well as medical doctors from Ambarawa and nurses from Elisabeth Hospital and assisted by psychiatrist from Unika Soegijapranata.

During the event, participants could do laboratory check and if any medicine required to be consumed, SOHO Global Health and other pharmaceutical companies from Semarang, Solo, Bandung and Jakarta supplied them. For pharmaceutical activities, pharmacists from Pharmacy Foundation and Vocational School & Academy of Theresiana Semarang managed the distribution. Besides, there was minor surgery to 25 patients who needed.

The high enthusiast of the locals appeared by the numbers who came reaching 1.750 people. Therefore, the supervisor team of Gua Maria Kerep Ambarawa in community service division wished to continue the event annually. ***



Kegiatan Bakti Sosial & Pengobatan Gratis di Rusun Pinus Elok, Cakung, tanggal 15 Maret 2017



Better U "Kupas Tuntas Rhinitis Pada Anak" bersama dr Isabella Riandani, Sp. A. dan rekan jurnalis pada hari Senin, 19 Desember 2016



Acara Buka Puasa Bersama Supply & Operations pada 16 Juni 2017 di Pulo Gadung 6.



Antusiasme karyawan saat menyaksikan Webinar iEngage.



Kegiatan Pengobatan Gratis di Tanjung Priok pada 15 Agustus 2017.



Diskusi mengenai "Manajemen Asi untuk Working Mama" bersama JESIKA dan smartmama.com pada 16 Agustus 2017



Penganugerahan JIEP Award 2017 untuk kategori Best Healthy Lifestyle Product di Hotel Borobudur 24 Agustus 2017



Antusiasme karyawan saat menyaksikan Webinar iEngage.

TIPS MENAMBAH NAFSU MAKAN PADA ANAK

Akhir-akhir ini anak Anda sering susah makan? Menghadapi situasi seperti ini memang membingungkan. Tapi, coba lakukan beberapa tips di bawah ini untuk mengembalikan nafsu makan si kecil.

1. Perbanyak Aktivitas Fisik

Jika selama ini si kecil lebih sering bermain gadget atau duduk manis di depan televisi, mulailah untuk mengubah kebiasaan tersebut. Coba perbanyak kegiatan permainan yang akan menguras energi si kecil lebih banyak. Dengan begitu, si kecil pun akan lebih cepat lapar sehingga lebih mudah untuk membujuknya menyantap makanan yang sudah disediakan.

2. Berikan Menu Favorit

Salah satu cara untuk membujuk si kecil makan adalah dengan menyajikan menu favoritnya. Sesekali mengajaknya makan sambil piknik juga tidak ada salahnya. Suasana baru yang menyenangkan ditambah menu favorit tentu akan membuat si kecil lebih tertarik untuk menyantap makanannya.

3. Sajikan dengan Penampilan Menarik

Jika si kecil tetap menolak menyantap menu favoritnya, sepertinya Anda perlu ekstra kreatif. Coba cari gambar-gambar inspirasi penyajian makanan yang menarik. Bisa juga dibuat seperti bentuk mobil atau boneka lucu.

4. Kurangi camilan

Si kecil susah makan? Bisa jadi karena dia sudah merasa kenyang setelah menyantap banyak camilan. Oleh karena itu, lebih baik kurangi snack atau camilan olahan. Mungkin Anda bisa mengganti snack tersebut dengan buah-buahan.

5. Tambah Suplemen

Jika semua cara sudah dicoba namun si kecil tetap sulit makan, mungkin Anda bisa memberikan suplemen penambah nafsu makan.

MAKAN JADI LAHAP TUMBUH SEHAT



Si Kecil pilih-pilih makanan dan susah makan? Ajari ia makan beragam agar terbenahi nutrisinya dan beri **Curcuma Plus Emulsion** bila perlu. Mengandung ekstrak **Temulawak, Minyak Ikan Kod, Kalsium & Vitamin D** untuk bantu perbaiki nafsu makan, pertumbuhan tulang dan gigi serta kebutuhan vitamin agar ia tumbuh sehat.

CurcumaPlusID curcumaplus.co.id

FISH STREAT

Kelezatan seafood tanpa bikin kantong bolong



Bagi anda penyuka hidangan seafood yang kekinian serta harga yang terjangkau maka resto Fish Streat merupakan pilihan yang pas buat Anda. Fish Streat menyediakan aneka olahan seafood dengan gaya western dan tentu saja instagram-able. Beberapa menu andalan yang sangat direkomendasikan adalah "Fish and Chips" dan "Seafood Platter". Fish and Chips merupakan perpaduan ikan dengan adonan tepung lalu digoreng sehingga terasa renyah dimulut. Apalagi ditambah kentang goreng, saus tartar dan perasan lemon akan semakin membuat lidah bergoyang. Satu lagi menu yang direkomendasikan adalah Seafood Platter dimana hampir semua pecinta seafood sepakat jika menu yang satu ini layak untuk dicoba. Seafood Platter bisa Anda ibaratkan seafood party yang di dalamnya ada udang, cumi,

kerang dan ikan pada satu piring lengkap dengan tambahan nasi bumbu dan Butter Sauce. Seafood Platter tersedia dalam ukuran piring besar dan kecil yang dapat dipilih oleh Anda. Meskipun terkesan seperti restoran mewah, namun Fish Streat menawarkan menu dengan harga yang ramah di kantong kok.

Berikut beberapa alamat Fish Streat di Jakarta :

- Jl. Tebet Timur Dalam Raya 44B, Tebet, Jakarta
Telp : 0812-88998048
- Jl. Ir. H. Juanda No.42, Cimanggis, Depok
- Ruko Grand Galaxy City, Blok RGB 57 & RGB 58, Jl. Grand Galaxy City Boulevard, Bekasi Selatan, Bekasi

SEBLAK JELETET MURNI

Sensasi pedas dalam semangkuk seblak yang menggoda



Pecinta makanan pedas wajib mencoba seblak enak disini. Kuah merahnya membuat orang penasaran. Tapi kalau ke sini, Anda harus bersabar untuk antre!

Seblak jeletet murni menjadi salah satu tempat makanan hits. Seblak jeletet murni tersedia level 0 sampai 5, tingkat level kepedasan dibedakan dengan mencampurkan centong sambal. Pilihan isiannya juga cukup beragam seperti kerupuk, mie, kwetiau, macaroni, kiki, bakso, tulang dan juga cekeur. Setiap isian dibandrol dengan harga Rp 7.000 – Rp 8.000. ada juga topping sayap ayam Rp 6.000 dan telur Rp 4.000.

Untuk meredakan rasa pedas, es Jelly seharga Rp 10.000 jadi salah satu pilihan

penutup sajian pedas ini. Tapi banyak pengunjung yang datang membawa susu sendiri sebagai pereda sensasi pedas di mulut. ❄️

pengunjung yang datang membawa susu sendiri sebagai pereda sensasi pedas di mulut.

Nah, penasaran untuk mencoba seblak yang sangat pedas? Langsung saja mampir ke sini!

Seblak Jeletet Murni
Jl. Pademangan IV Gg. 4 No. 5
Pademangan, Jakarta
Buka: 14.30 – 22.00 WIB

KUIS

Tebak gambarnya dan menangkan hadiahnya!

Kuis periode Januari-Agustus 2017 Tebak gambar!

Apa nama produk dari kemasan di bawah ini dan sebutkan manfaatnya!
Kirimkan jawaban Anda melalui e-mail ke public.relations@sohoglobalhealth.com.
Dapatkan hadiah menarik bagi 3 orang yang beruntung.



Jawaban Kuis Edisi Lalu:

- FITKOM
- DIANERAL
- DEHAF
- AQUA MARIS
- MAGOZAI

Selamat kepada pemenang!

- Magdalena Saragih
- Mei Ari
- Tri Sariyastuti

Anda berhak mendapatkan voucher belanja @Rp100.000,- dan paket bingkisan.
Segera kirimkan data diri Anda (nama, NIK, jabatan, lokasi kerja) melalui e-mail ke public.relations@sohoglobalhealth.com

JUST LAUNCHED
JUST LAUNCHED
JUST LAUNCHED

ASTA-SPA BODY TREATMENTS

Berikan Kado Istimewa untuk
Diri Anda & Orang Yang Anda Cintai

GRATIS GIFT BOX +
SHOWER PUFF
Selama Persediaan
Masih Ada

