

BAB II

PROFIL PT SELARAS KUSUMA BANDUNG DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Sejarah PT Selaras Kusuma

PT Selaras Kusuma adalah perusahaan distribusi farmasi yang beroperasi di Indonesia. PT Selaras Kusuma didirikan pada tahun 1995. Sebagai perusahaan yang telah beroperasi selama lebih dari dua dekade, PT Selaras Kusuma telah mengalami berbagai dinamika dalam industri farmasi Indonesia. Perusahaan ini beralamat di Komplek Fatmawati Mas Kavling 325, Cilandak, Jakarta Selatan. PT Selaras Kusuma bergerak sebagai Pedagang Besar Farmasi (PBF) dan merupakan pemegang merek dagang untuk produk-produk seperti ERELA dan ERLIMPEX. Perusahaan ini memiliki peran penting dalam distribusi produk farmasi di wilayah Indonesia, khususnya di pulau Jawa termasuk daerah seperti Bandung, Cirebon Semarang, Solo, Surabaya, dan Malang.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi

Misi dan visi adalah bagian penting dari setiap organisasi atau perusahaan, dengan berbagai tujuan yang berbeda sesuai dengan jalan yang ingin dicapai. Adapun Visi dari PT Selaras Kusuma sendiri yaitu “Menjadi Pedagang Besar Farmasi (PBF) yang unggul dan terpercaya di Indonesia dengan mengedepankan kompetensi profesional, pelayanan pelanggan yang optimal, serta integritas tinggi dalam setiap aspek operasional.” PT Selaras Kusuma sendiri berkomitmen untuk

terus berinovasi demi mendukung penyediaan produk farmasi berkualitas dan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesehatan masyarakat.

2.2.2 Misi

Misi PT Selaras Kusuma sendiri yaitu:

1. Memberikan pelayanan pelanggan yang ramah, sopan, dan profesional dengan sikap penuh empati dan senyum yang tulus, guna menciptakan pengalaman positif dan membangun hubungan jangka panjang.
2. Mengutamakan responsivitas dan proaktif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta menyelesaikan permasalahan dengan cepat dan efektif.
3. Menjunjung tinggi sikap karismatik dalam berinteraksi, yang mencerminkan kepercayaan diri dan dedikasi tinggi dalam setiap layanan yang diberikan.
4. Mengembangkan ketangguhan dan ketekunan dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis, sehingga dapat mempertahankan kualitas layanan secara konsisten di tengah dinamika industri farmasi.
5. Mengaplikasikan pola pikir kritis, analitis, dan intelektual dalam penyelesaian masalah, serta mendukung pengambilan keputusan yang berdasar pada data dan etika profesional.

2.3 Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo PT Selaras Kusuma Bandung



Sumber : PT Selaras Kusuma Bandung (2025)

Logo ini mempunyai filosofi tersendiri bagi PT Selaras Kusuma yang sejalan dengan jenis usaha yang dijalani. Beberapa makna terdapat dari logo yaitu:

- a. Simbol caduceus, yang umumnya diasosiasikan dengan kesehatan dan farmasi, diintegrasikan secara halus ke dalam motif lingkaran. Ini melambangkan fokus perusahaan pada distribusi farmasi.
- b. Bentuk lingkaran mewakili harmoni, keutuhan, dan siklus pertumbuhan yang berkelanjutan. Ini mencerminkan nama "Selaras" dan komitmen perusahaan untuk pertumbuhan yang stabil.
- c. Gradasi warna biru dan hijau pada ular caduceus melambangkan, vitalitas dan pertumbuhan. Biru sering dikaitkan dengan kepercayaan dan stabilitas, sementara hijau melambangkan pertumbuhan dan pembaruan.
- d. Pola daun yang halus dalam lingkaran semakin menekankan pertumbuhan dan pembaharuan, menciptakan rasa keseimbangan dan keterkaitan.

- e. Nama perusahaan, "PT Selaras Kusuma," ditulis dalam tipografi sans-serif yang ramping, menyampaikan kesan profesionalisme dan stabilitas. Warna biru tua pada nama perusahaan melengkapi warna caduceus.

2.4 Budaya PT Selaras Kusuma Bandung

PT Selaras Kusuma membangun budaya kerja yang berakar kuat pada motto perusahaan, yaitu “Supel, Aktif, Karismatik, Tangguh, dan Intelektual.” Nilai-nilai inti ini menjadi panduan perilaku dan sikap setiap karyawan dalam mendukung pencapaian visi dan misi perusahaan.

1. Supel, Budaya kerja yang menekankan pentingnya sikap supel sebagai pondasi komunikasi efektif. Karyawan didorong untuk bersikap ramah, terbuka, dan mudah beradaptasi dengan berbagai pihak, baik internal maupun eksternal perusahaan. Hal ini memperkuat hubungan kerja dan memperlancar koordinasi dalam jaringan distribusi farmasi yang kompleks.
2. Aktif, Setiap karyawan di PT Selaras Kusuma ditanamkan budaya aktif dengan mengambil inisiatif dalam menjalankan tugas dan menghadapi tantangan. Perusahaan mendorong budaya proaktif yang responsif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan, sehingga mampu menghasilkan solusi yang cepat dan tepat sasaran.
3. Karismatik, Budaya karismatik tercermin dalam sikap percaya diri dan profesionalisme karyawan saat berinteraksi dengan mitra bisnis maupun pelanggan. PT Selaras Kusuma memandang bahwa kehadiran karyawan

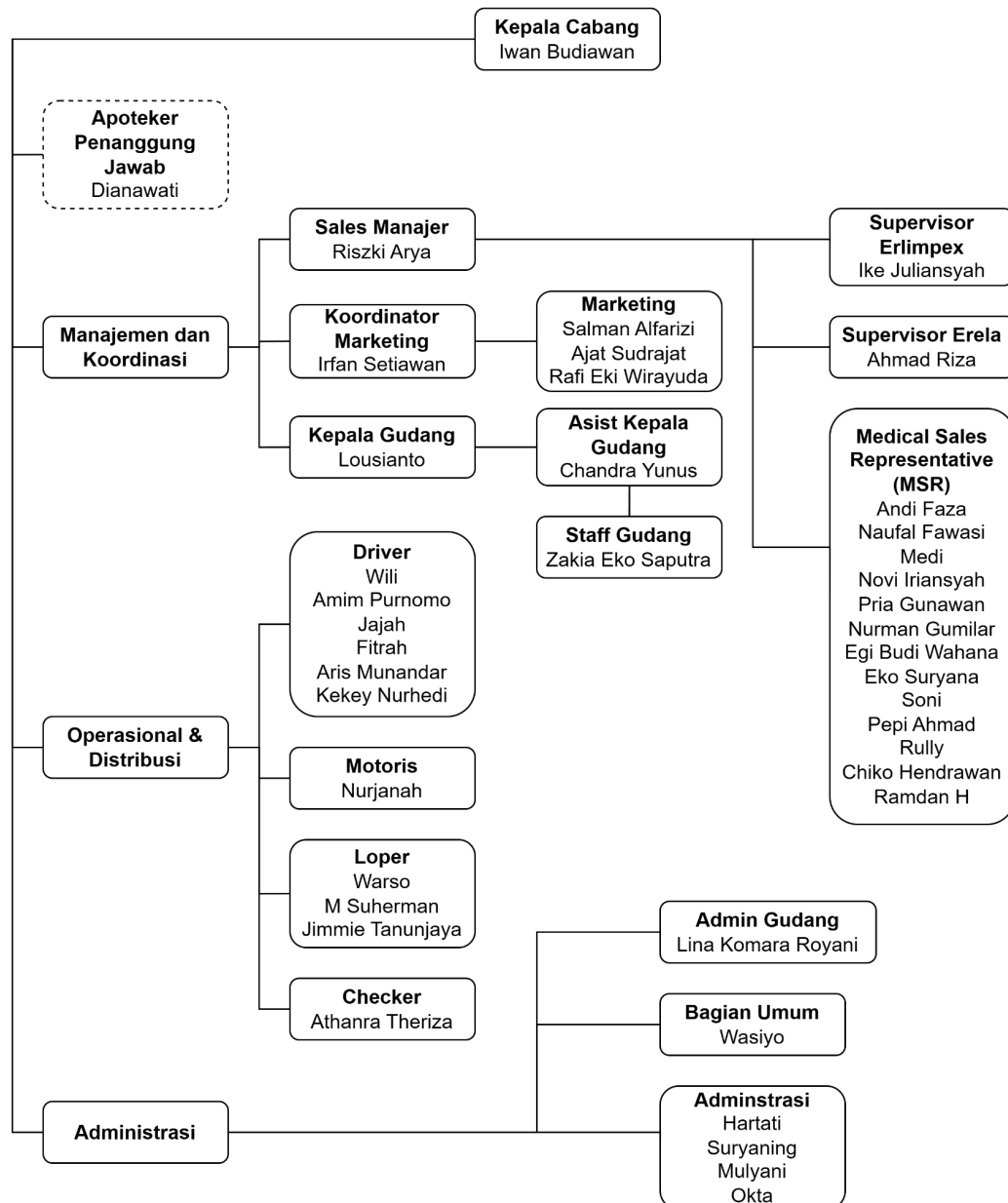
yang karismatik mampu membangun citra positif perusahaan sekaligus memperkuat kepercayaan di pasar.

4. Tangguh, Dalam industri farmasi yang penuh dinamika dan regulasi ketat, PT Selaras Kusuma mengembangkan budaya tangguh yang melatih ketahanan mental dan fisik karyawan. Sikap ini membantu perusahaan mempertahankan kinerja optimal meskipun menghadapi tekanan pasar, tantangan logistik, maupun perubahan kebijakan.
5. Intelektual, Budaya intelektual menjadi landasan dalam pengambilan keputusan dan pengembangan diri. PT Selaras Kusuma mendorong karyawan untuk terus belajar, meningkatkan kompetensi, dan mengaplikasikan pengetahuan terkini dalam bidang distribusi farmasi serta teknologi informasi. Sikap kritis dan analitis ini memastikan perusahaan tetap kompetitif dan inovatif.

2.5 Struktur Organisasi

PT Selaras Kusuma Bandung menggunakan struktur organisasi fungsional dengan melakukan pembagian kerja berdasarkan fungsi masing-masing bagian. Karyawan dengan jumlah 42 orang mempunyai tanggung jawab serta bagian pekerjaan sesuai dengan jabatan yang dimiliki. Berikut merupakan Struktur organisasi PT. Selaras Kusuma Bandung yang disajikan dalam gambar 2.2 sebagai berikut:

Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Selaras Kusuma Bandung



Sumber : PT Selaras Kusuma Bandung (2025)

2.6 Deskripsi Jabatan PT Selaras Kusuma Bandung

a. Kepala Cabang

Sebagai pimpinan tertinggi di cabang, bertugas mengawasi seluruh kegiatan operasional, membuat keputusan strategis, memastikan

pencapaian target perusahaan, serta menjalin hubungan dengan pihak eksternal guna menjaga kelancaran bisnis dan kepatuhan regulasi.

b. Apoteker Penanggung Jawab

Bertanggung jawab memastikan seluruh produk obat yang didistribusikan memenuhi standar mutu, keamanan, dan regulasi farmasi. Tugasnya termasuk pengawasan teknis, legalitas produk, serta memastikan penyimpanan dan distribusi obat sesuai prosedur kesehatan.

c. Sales Manager

Memimpin dan mengelola tim penjualan serta pemasaran dengan tugas menyusun strategi penjualan, memantau kinerja tim, menetapkan target, dan mengkoordinasikan aktivitas pemasaran agar mencapai hasil optimal.

d. Supervisor

Mengawasi dan memonitor pelaksanaan tugas tim penjualan dan distribusi, memberikan arahan, evaluasi kinerja, serta memastikan target penjualan dan distribusi tercapai dengan efektif.

e. Medical Sales Representative (MSR)

Melakukan promosi dan penjualan produk farmasi kepada tenaga medis, apotek, atau institusi kesehatan lainnya. Membangun hubungan profesional kepada pelanggan, serta mengumpulkan informasi pasar guna mendukung peningkatan penjualan.

f. Koordinator Marketing

Mengelola pelaksanaan program pemasaran harian, mengatur jadwal kerja tim marketing, mengawasi aktivitas promosi, serta memastikan tim pemasaran melaksanakan tugas secara efektif dan efisien.

g. Marketing

Melaksanakan kegiatan promosi dan pemasaran produk obat, membangun hubungan dengan pelanggan dan tenaga medis, serta mengumpulkan informasi pasar untuk mendukung strategi penjualan.

h. Kepala Gudang

Mengawasi seluruh aktivitas gudang, termasuk penerimaan, penyimpanan, dan pengiriman produk obat. Bertugas memastikan stok tercatat dengan akurat, produk tersimpan sesuai standar, dan proses distribusi berjalan lancar.

i. Asisten Kepala Gudang

Membantu Kepala Gudang dalam pengelolaan operasional gudang, mengawasi staf gudang, dan memastikan aktivitas gudang sehari-hari berjalan sesuai prosedur dan target.

j. Staff Gudang

Melaksanakan tugas operasional gudang seperti pencatatan stok, pengepakan, dan pengecekan kualitas barang untuk mendukung kelancaran distribusi.

k. Driver

Bertugas mengantarkan atau mendistribusikan produk obat ke pelanggan sesuai jadwal dengan menjaga keamanan, ketepatan waktu, dan kondisi barang selama proses pengiriman.

l. Motoris

Mengantarkan produk menggunakan kendaraan roda dua ke lokasi yang sulit dijangkau kendaraan besar dengan tugas memastikan pengiriman cepat dan aman.

m. Loper

Mendukung distribusi produk dengan membantu pengiriman dokumen, koordinasi lapangan, dan pelaksanaan aktivitas distribusi di area kerja.

n. Checker

Memeriksa dan mengontrol kualitas produk serta kelengkapan dokumen pengiriman untuk menjamin barang yang diterima dan dikirim sesuai standar dan pesanan.

o. Administrasi

Mengelola seluruh tugas administrasi perusahaan seperti pengolahan dokumen, laporan keuangan, data pelanggan, serta mendukung komunikasi internal dan eksternal.

p. **Administrasi Gudang**

Mengelola administrasi dan pencatatan transaksi barang masuk dan keluar dari gudang, menyiapkan dokumen pengiriman, dan mendukung staf gudang dalam hal data dan laporan.

q. **Bagian Umum**

Menyediakan dukungan administratif umum, mengelola kebutuhan operasional kantor, dan membantu fungsi logistik internal agar aktivitas perusahaan berjalan lancar.

2.7 Lokasi

PT Selaras Kusuma memiliki cabang di Bandung yang berfungsi sebagai distributor farmasi beralamat di Jl. Soekarno-Hatta No.695, Samping The Suites Metro Apartment, Jatisari, Kec. Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286, Indonesia. Cabang ini juga terdaftar dalam peta sebaran Pedagang Besar Farmasi (PBF) yang diawasi oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), memastikan kepatuhan terhadap regulasi distribusi obat di Indonesia.

2.8 Bidang Usaha

PT Selaras Kusuma fokus pada distribusi produk farmasi, termasuk obat-obatan dan suplemen, ke berbagai fasilitas kesehatan seperti apotek, rumah sakit, klinik, dan toko obat. Perusahaan ini juga menjalin kerja sama dengan PBF lain untuk memperluas jangkauan distribusi. Produk-produk yang didistribusikan antara lain dari merek dagang terkenal yaitu Erela dan Erlimpex. Produk yang dijual antara lain yaitu obat-obatan dengan jenis sirup, tablet, maupun injeksi.

2.9 Identitas Responden

Identitas responden merupakan data atau informasi yang menggambarkan karakteristik dasar dari para peserta penelitian yang terlibat dalam pengumpulan data. Identitas ini mencakup berbagai aspek seperti jumlah responden, demografi, latar belakang pekerjaan, pendidikan, usia, dan pengalaman kerja yang bertujuan untuk memberikan gambaran jelas mengenai siapa saja yang menjadi sumber data dalam penelitian.

Dalam konteks penelitian ini, identitas responden terdiri dari 42 karyawan yang bekerja di PT Selaras Kusuma. Para karyawan ini dipilih secara purposive untuk mewakili berbagai divisi dan jenjang jabatan dalam perusahaan sehingga dapat memberikan pandangan yang komprehensif terkait topik penelitian. Keberagaman karakteristik responden seperti usia yang bervariasi, tingkat pendidikan mulai dari lulusan SMA hingga sarjana, serta lama masa kerja yang berbeda-beda, menjadi faktor penting dalam menganalisis data secara menyeluruh.

Dengan jumlah 42 responden tersebut, penelitian diharapkan mampu mengumpulkan data yang valid dan representatif, sehingga hasil analisis dapat mencerminkan kondisi nyata di lingkungan kerja PT Selaras Kusuma secara sistematis dan akurat. Identitas responden yang lengkap juga berfungsi sebagai dasar dalam interpretasi hasil penelitian serta memastikan bahwa data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

2.9.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam kuesioner, didapatkan data mengenai jenis kelamin responden, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.1 Komposisi Responden Berdasarkan Gender

Gender	Frekuensi	Presentase
Laki - laki	34	80,95
Perempuan	8	19,05
Jumlah	42	100,00

Sumber : data primer yang diolah (2025)

Tabel 2.1 menunjukkan komposisi responden berdasarkan gender dalam penelitian ini. Dari total 42 responden yang berpartisipasi, mayoritas adalah laki-laki sebanyak 34 orang atau 80,95%, sedangkan responden perempuan berjumlah 8 orang atau 19,05%. Data ini memperlihatkan bahwa proporsi responden laki-laki jauh lebih dominan dibandingkan perempuan.

2.9.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Dalam kuesioner, didapatkan data mengenai jenis kelamin responden, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
21 - 25	5	11,90
26 - 30	7	16,67
30 - 35	2	4,76
35 >	28	66,67
Jumlah	42	100

Sumber : data primer yang diolah (2025)

Tabel 2.2 memperlihatkan komposisi responden berdasarkan kelompok usia dalam penelitian ini. Dari total 42 responden, mayoritas berada pada kelompok usia di atas 35 tahun, yakni sebanyak 28 orang atau 66,67%. Kelompok usia 30-35 tahun menyumbang 2 responden (4,76%), usia 26-30 tahun sebanyak 7 responden (16,67%), dan usia 21-25 tahun hanya 5 responden (11,90%). Data ini

menunjukkan bahwa responden yang lebih tua (di atas 35 tahun) mendominasi sampel penelitian.

2.9.3 Identitas Responden Berdasarkan Masa Kerja

Dalam kuesioner, didapatkan data mengenai jenis kelamin responden, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.3 Komposisi Responden Berdasarkan Masa Kerja

Lama Kerja	Frekuensi	Presentase
< 1 Tahun	7	16,67
1 - 3 Tahun	6	14,29
3 - 5 Tahun	3	7,14
5 > Tahun	26	61,90
Jumlah	42	100

Sumber : data primer yang diolah (2025)

Tabel 2.3 menunjukkan distribusi responden berdasarkan lama masa kerja mereka. Dari total 42 responden, sebanyak 26 orang (61,90%) memiliki masa kerja lebih dari 5 tahun, menandakan bahwa setengah dari responden sudah memiliki pengalaman kerja yang cukup lama. Responden dengan masa kerja 1 sampai 3 tahun berjumlah 6 orang (14,29%), masa kerja 3 sampai 5 tahun sebanyak 3 orang (7,14%), dan masa kerja kurang dari 1 tahun sebanyak 7 orang (16,67%). Data ini menggambarkan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman kerja yang cukup signifikan, yang bisa menjadi faktor penting dalam konteks penelitian terkait kinerja atau pengalaman kerja.

2.9.4 Identitas Responden Berdasarkan Status Marital

Dalam kuesioner, didapatkan data mengenai jenis kelamin responden, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.4 Komposisi Responden Berdasarkan Status Marital

Status	Frekuensi	Presentase
Single	7	16,67
Menikah	35	83,33
Jumlah	42	100

Sumber : data primer yang diolah (2025)

Tabel 2.4 menggambarkan status pernikahan responden. Sebagian besar responden, yaitu 35 orang (83,33%), berstatus menikah, sedangkan yang belum menikah atau lajang sebanyak 7 orang (16,67%). Informasi ini penting untuk melihat pengaruh status sosial responden dalam penelitian, terutama jika aspek sosial-ekonomi atau tanggung jawab keluarga menjadi variabel yang diteliti.

2.9.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Dalam kuesioner, didapatkan data mengenai jenis kelamin responden, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.5 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
SMA	22	52,38
Diploma	8	19,05
Sarjana	12	28,57
Jumlah	42	100

Sumber : data primer yang diolah (2025)

Tabel 2.5 menginformasikan tingkat pendidikan terakhir responden. Dari 42 responden, hampir setengah populasi penelitian memiliki pendidikan SMA sebanyak 22 orang (52,38%). Sisanya, 12 orang (28,57%) berpendidikan Sarjana dan 8 orang (19,05%) berpendidikan diploma. Komposisi pendidikan ini dapat berpengaruh pada kemampuan, pengetahuan, dan persepsi responden terkait topik penelitian.