

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. PT K-24 Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang farmasi. PT K-24 Indonesia memiliki citra perusahaan yang baik dan sudah pernah meraih penghargaan dari MURI, AFI, SWA, ISMBEA, dan lain sebagainya. Di antaranya adalah penghargaan sebagai Apotek Jaringan Pertama di Indonesia yang Buka 24 Jam *Non-Stop* Setiap Hari (2005), Apotek Asli Indonesia yang Pertama Kali Diwaralabakan (2005), Pembukaan Gerai Apotek Secara Serentak dengan Jumlah Terbanyak (2008), Pioneer Brand, “*TOP of Mind 2010 & 2012 - 2014*”, “*TOP Brand 2011 - 2015*”, “*Indonesia Original Brand 2012 - 2013*”, “*Franchise Market Leader 2014*”, “*Franchise Fastest Growing 2011 & 2014*”, “*Indonesia Most Reputable Healthcare Brand 2014 - 2015*”, “*Gold Champion of Indonesia WOW Brand 2014 - 2015*”, “*Indonesia Franchise Marketing Award 2015*”
2. Keunggulan yang membedakan PT K-24 Indonesia dengan perusahaan apotek lainnya yaitu memiliki *brand* yang sudah dikenal, konsisten beroperasi 24 jam dengan menetapkan harga bersaing pagi siang sore malam dan hari libur. PT K-24 Indonesia mampu mendanai dirinya sendiri untuk apotek kepemilikan sendiri dan kini PT K-24 Indonesia memiliki

lebih dari 350 gerai apotek yang tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia baik kepemilikan sendiri ataupun gerai waralaba.

3. Kelemahan dari PT K-24 Indonesia adalah sulitnya perizinan pendirian apotek, belum lagi setiap daerah memiliki peraturan yang berbeda-beda mengharuskan PT K-24 Indonesia harus beradaptasi dengan setiap daerah yang dituju. Ketersediaan SDM dibidang farmasi juga menjadi salahsatu kendala bagi perusahaan dikarenakan PT K-24 Indonesia ingin melakukan ekspansi namun sulit untuk mendapatkan SDM yang berkualitas. PT K-24 Indonesia juga memiliki kesulitan untuk mengontrol seluruh *franchise* yang tersebar diseluruh Indonesia sehingga ada kemungkinan SOP tidak berjalan dengan baik.
4. Strategi bersaing yang tepat dan dapat digunakan oleh PT K-24 indonesia adalah strategi diferensiasi dengan memiliki apotek yang beroperasi 24 jam dan melakukan ekspansi untuk memperluas pangsa pasar serta memperkuat posisi persaingan perusahaan. Dengan semakin banyaknya gerai Apotek K-24 yang beroperasi 24 jam sudah merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan, Saat ini PT K-24 Indonesia berniat menambah gerainya hingga ke pelosok nusantara. Selain itu, PT K-24 Indonesia juga melakukan diferensiasi dengan membidik pasar online. Dimana perusahaan memiliki aplikasi *e-commerce* sebagai wadah penjualan dan pemasaran secara online untuk memperkuat posisi persaingannya sekaligus pembeda dengan apotek-apotek lainnya. Perusahaan juga berusaha untuk menjalin kerjasama dengan pemerintah

agar menjadi apotek rujukan BPJS yang nantinya dapat lebih memperkuat posisi PT K-24 dibanding para pesaingnya

5.2 Implikasi Manajerial

PT K-24 Indonesia merupakan perusahaan yang memiliki unit bisnis yang masih berorientasi di bidang kesehatan. Unit bisnis yang dimiliki membantu memenuhi kebutuhan unit bisnis lainnya. Hal ini dapat dilihat seperti adanya PT KDE dimana PT KDE adalah perusahaan distributor obat yang mendistribusikan obat ke Apotek K-24. Selain itu juga ada sekolah farmasi dimana menciptakan output yang profesional di bidangnya. Output dari sekolah farmasi ini yang akan dipekerjakan di setiap gerai Apotek K-24 sehingga input sdm yang dimiliki Apotek K-24 terjamin kualitasnya. Perusahaan sudah mempersiapkan strategi dengan mempersiapkan dari sisi sumber daya manusia, sumber daya keuangan, sumber daya pemasaran, sumber daya operasi dan masih banyak lainnya. Ketika semua sumber daya ini dapat satu visi dan misi maka kemungkinan perusahaan akan berkembang pesat. Perkembangan perusahaan tidak hanya semata-mata pada apa yang sudah dicapai pada tahun ini, namun juga harus memperhatikan keberlangsungan perusahaan ke depannya.

Perkembangan perusahaan yang awalnya hanya sebuah gerai apotek menjadi perusahaan waralaba apotek menjadi titik dimana seharusnya perusahaan bisa semakin profesional agar semua SOP yang terlaksana di gerai cabang maupun di gerai *franchise* tetap sama. Lima tahun terakhir ini merupakan titik dimana perusahaan mencoba berfokus pada kinerja. Bukan hanya masalah

pertumbuhan perusahaan, namun juga pada keberlangsungan perusahaan dan bagaimana perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Strategic audit bukan digunakan untuk mendukung atau menolak apa yang perusahaan akan putuskan, namun memberi gambaran apa yang sudah terjadi dan apa yang sebaiknya dilakukan perusahaan

5.3 Saran

PT K-24 Indonesia merupakan perusahaan yang tersebar di seluruh Indonesia. Kesulitan yang akan muncul adalah peraturan serta budaya yang berbeda-beda. Oleh karena itu perusahaan perlu beradaptasi dengan setiap peraturan daerah serta budaya yang dianut oleh setiap daerah.

Budaya perusahaan yang dimiliki PT K-24 Indonesia sudah cukup baik. Namun hal ini harus dipahami oleh setiap jajaran karyawan yang ada di perusahaan, mulai dari *top management* sampai dengan *low management*. Setiap gerai franchise juga seharusnya memahami budaya perusahaan PT K-24 Indonesia. Hal ini dapat dilihat dengan adanya franchisor yang terkadang kurang mengikuti budaya perusahaan yang ada.

Melihat kurangnya SDM yang dibutuhkan oleh PT K-24 Indonesia dalam bidang farmasi maka perusahaan perlu membangun kerja sama dengan institusi pendidikan farmasi untuk mendapatkan SDM yang berkualitas. Salah satu cara yang dapat dilakukan seperti memberikan beasiswa kepada mahasiswa potensial dengan persyaratan ikatan kerja di PT K-24 Indonesia.

Jika perusahaan akan memasuki pasar online namun aplikasi yang dimiliki belum cukup dikenal oleh masyarakat, maka perusahaan perlu melakukan promosi aplikasi tersebut melalui *endorse* artis-artis yang memang dapat mendorong niat masyarakat untuk mengunduh dan menggunakan aplikasi tersebut. PT K-24 Indonesia menggunakan media social artis sebagai wadah promosi, dimana artis mengupload konten yang berisikan ajakan untuk mengunduh dan melakukan pembelian obat secara online melalui aplikasi K24Klik. Hal ini tentunya merupakan salah satu peluang agar perusahaan dapat memperkenalkan keberadaan aplikasi K24Klik.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan penelitian, yaitu :

1. Beberapa hasil wawancara tidak dapat ditranskrip karena mengandung hal sensitif seperti masalah yang ada dalam perusahaan yang menyangkut pihak-pihak lain.
2. Laporan keuangan merupakan rahasia perusahaan sehingga tidak dapat dimasukkan dalam penelitian ini
3. Data keuangan yang digunakan merupakan angka indeks dengan tahun dasar tahun 2012.

DAFTAR PUSTAKA

- Apotek K-24 Indonesia. (2016). [Online] Available at www.apotek-k24.com
- Anthony, Robert N., Vijay Govindarajan. (2003). *Sistem Pengendalian Manajemen*. Jakarta : Salemba Empat.
- David, F. R. (2009). *Konsep Manajemen Strategis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Endarwati, Oktiani. (2016). *Industri Farmasi Targetkan Tumbuh 11%*. [Online] Available at <http://bim.kemenperin.go.id/bim2014/index.php?view=berita&konten=132>
- Harold, Kerzner. (2001). *Project Management: A System to Planning, Scheduling and Controlling*, 7th edition. New York : John Wiley & Sons.
- Kabupaten Bantul (2012) Peraturan Bupati Bantul tentang Penyelenggaraan Apotek. Bantul : Sekretaris Daerah Kabupaten Bantul.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta : Kencana
- Kuncoro. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif?*. Jakarta : Erlangga.
- Kusuma, Gabriella Hanny. (2014). Transfer pengetahuan antar-generasi pada perusahaan keluarga. *Unpublished magister thesis*, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Pearce, J and Richard Robinson. (2007). *Strategic Management*, 10th edition. New York : McGraw-Hill.
- Porter, Michael E. (1980). *Competitive Strategy, Techniques For Analyzing Industries and Competitors*. New York : The Free Press.
- Porter, Michael E. (1985). *Competitive Advantage : Creating and sustaining superior performance*. New York : The Free Press

Porter, Michael E. (1993). *Keunggulan Bersaing : Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta : Erlangga

Purwoko. (2014). *Jaringan Apotek K-24 Perkarakan Apotek Bermerek Mirip Di Batam*. [Online] Available at <http://batam.tribunnews.com/2014/12/11/jaringan-apotek-k-24-perkarakan-apotek-bermerek-mirip-di-batam>

Sitompul, Juven Martua. (2016). *Vaksin Palsu Bukti Indonesia Darurat Farmasi* [Online] Available at <https://www.merdeka.com/peristiwa/vaksin-palsu-bukti-indonesia-darurat-farmasi.html>

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sukamdi, D. P. (2015). *Analisis Distribusi Apotek Dengan Sistem Informasi Geografis*. Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi, Vol. 5, No. 1. pp 54-60.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. edisi 3. Yogyakarta : Andi.

Umar, Husein. (1999). *Riset Strategi Perusahaan*. Jakarta : Gramedia

Wheelen, L. T., Hunger J D. (2012). *Strategic Management and Business Policy : Toward Global Sustainability*". 13th edition. New Jersey : Pearson.



LAMPIRAN I
SURAT KETERANGAN
PERUSAHAN

SURAT KETERANGAN
377/HRD/K-24/X/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : Teguh Prawijaya Sihite
Jabatan : Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta
No Mahasiswa : 19775 / Manajemen
Alamat : Jl. Solo Km.7, Ngentak, Gg. Mangga IV / 22 B
Yogyakarta

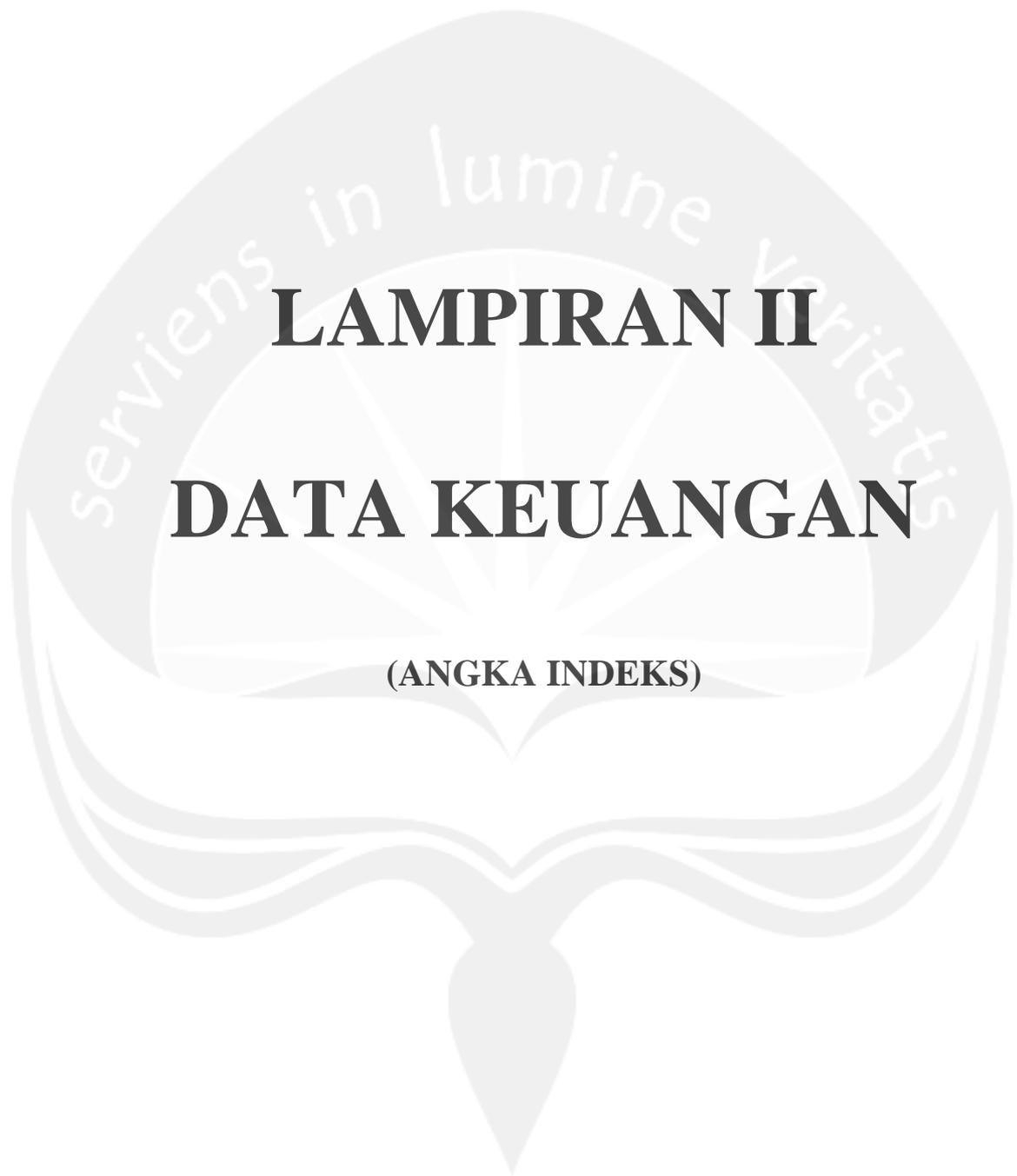
Telah melaksanakan Penelitian dalam rangka Penyusunan Skripsi di PT K-24 Indonesia tertanggal 15 Agustus 2016 – 15 Oktober 2016.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 25 November 2016




Lina Sri Anita Dewi
HR Dept Head



LAMPIRAN II
DATA KEUANGAN

(ANGKA INDEKS)

Data Indeks Neraca dan Laba Rugi PT K-24 Indonesia (2012-2015)

NAMA AKUN	2012	2013	2014	2015
ASET	100	194	284	340
ASET LANCAR	100	238	346	405
ASET TIDAK LANCAR	100	121	180	230
LIABILITAS	100	221	308	335
LIABILITAS JK PENDEK	100	221	308	335
EKUITAS	100	180	271	343
PENDAPATAN/ PENJUALAN BERSIH	100	183	353	480
BEBAN POKOK PENJUALAN	100	182	349	466
LABA KOTOR	100	190	373	546
LABA BERSIH SETELAH PAJAK	100	126	253	346



LAMPIRAN III

TRIANGULASI

(WAWANCARA, OBSERVASI, DOKUMENTASI)

Wawancara

Kepala Divisi Marketing

Saat ini PT K-24 Indonesia berfokus pada ekspansi gerai. Kami menargetkan 100 gerai baru setiap tahunnya. Kami melihat adanya peluang pendirian gerai apotek baru masih besar dapat dilihat dari jumlah apotek yang ada belum memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan jumlah penduduk Indonesia. Sampai dengan sekarang kita sudah memiliki lebih dari 350 gerai apotek. Baik itu kepemilikan maupun waralaba. Setiap apotek waralaba harus mengikuti SOP yang telah ditetapkan sesuai dengan MOU. Bila *franchisor* tidak mengikuti, pihak PT K-24 Indonesia berhak melakukan pemutusan kontrak. Apotek K-24 bisa dikatakan adalah suatu usaha yang tahan akan krisis. Hal ini terlihat dari perekonomian Indonesia yang tidak stabil tidak berdampak pada produktifitas perusahaan seperti penurunan tingkat penjualan ataupun daya beli masyarakat terhadap obat.

Kami menyadari bahwa di era sekarang, masyarakat mulai beralih melakukan pembelian barang secara online. Melihat situasi ini membuat PT K-24 Indonesia mengambil suatu peluang dengan masuk ke pasar online. PT K-24 Indonesia menciptakan aplikasi K24Klik sebagai salah satu wadah untuk melakukan jual beli obat online.

Tantangan terutama PT K-24 Indonesia adalah kebijakan dari pemerintah. Kebijakan pemerintah berperan penting dikarenakan peraturan mengenai perusahaan farmasi sangat ketat seperti adanya perda mengenai batasan jumlah apotek di daerah tertentu. Saat ini pemerintah juga mengeluarkan kebijakan baru

seperti BPJS dimana pasien sudah memiliki apotek rujukan. Hal ini berdampak pada profit apotek.

Selain itu adanya isu obat palsu membuat kekhawatiran sendiri terhadap PT K-24 Indonesia karena berdampak pada kepercayaan masyarakat terhadap obat-obatan yang beredar. Melihat isu ini kami tetap mempertahankan kepercayaan masyarakat bahwa Apotek K-24 hanya membuat obat asli. Kami selalu mengkampanyekan “Apotek K-24 hanya menjual obat asli”.

Saat ini PT K-24 Indonesia sudah memiliki sekolah menengah keterampilan di bidang farmasi yaitu SMK Farmasi Pelita Bangsa. Didirikannya sekolah ini bertujuan untuk menciptakan output berkualitas yang nantinya lulusan dari sekolah ini akan dipekerjakan langsung di setiap gerai apotek. Namun, kebutuhan akan sdm di bidang farmasi ini masih belum terpenuhi dan kami berencana untuk berkerjasama dengan perguruan tinggi untuk mendapatkan sdm-sdm berkualitas. Semua karyawan wajib memahami semua produk yang dijual di apotek.

Yang menjadi PR (pekerjaan rumah) bagi kami adalah Apoteker yang masih kaku, Oleh karena itu kami berusaha melakukan training sehingga nantinya pelayanan yang diberikan dapat lebih maksimal.

Dalam hal penetapan harga, kami menggunakan prinsip yang sering kami sebut “harga yang adil” , dimana kami tidak mengambil keuntungan yang besar yang bisa dibandingkan dengan apotek-apotek modern lainnya.

Dalam hal distribusi, kami memiliki PT KDE sebagai distributor obat-obatan dan alat kesehatan bagi apotek dan toko-toko obat. PT KDE juga

merupakan disttistributor dari setiap gerai Apotek K-24. Saat ini, seluruh jaringan Apotek K-24 menggunakan OK-Soft (Online K-24 Software), aplikasi berbasis Web hasil pengembangan tim TI Apotek K-24 (*in-house development*). Dengan sistem OK-Soft ini, petugas apotek di perusahaan Apotek K-24 bisa dengan mudah memantau kondisi penjualan dan stok obat di setiap apotek di mana pun melalui jaringan Internet. “OK-Soft merupakan aplikasi *all-in-one* yang digunakan di bagian pembelian, penjualan, stok, laporan keuangan dan *procurement*”. Dengan demikian, pengolahan datanya lebih terjamin cepat, akurat, aman, dan dapat mencerminkan kondisi apotek yang sebenarnya.

Kepala Divisi Keuangan

Perusahaan berfokus pada persiapan konsolidasi yang direncanakan pada tahun 2020. Perusahaan juga mempersiapkan penganggaran untuk pendirian atau ekspansi gerai kepemilikan sendiri ataupun gerai *franchise*. Perusahaan juga mempersiapkan dana untuk mengakuisisi gerai apotek waralaba yang dinilai kurang sehat. Bila dilihat dari 4 tahun terakhir perkembangan perusahaan cukup baik yang terbukti dari penambahan jumlah gerai apotek yang signifikan mencapai 350 gerai yang tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia. Profit margin yang diperoleh PT K-24 Indonesia hanya menyesuaikan ketentuan pemerintah mengenai harga jual obat. Untuk harga obat, PT K-24 Indonesia mampu memberikan harga bersaing dengan mengambil dibawah harga net eceran tertinggi yang sudah ditetapkan pemerintah.

Bila dilihat dari segi aset, PT K-24 Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan yang dipengaruhi oleh penambahan

jumlah gerai yang dimiliki PT K-24 Indonesia. Untuk kedepannya PT-K24 Indonesia masih akan terus melakukan ekspansi pasar melihat besarnya peluang untuk memasuki pasar.

Melihat hasil pengolahan data dari rasio profitabilitas ada penurunan yang terjadi di tahun 2013 ini terkait dengan performa perusahaan dimana di tahun ini perusahaan membangun gerai dalam jumlah mencapai 3 kali lipat dari tahun 2012 di daerah Barat dengan beban sewa dan UMR yang lebih tinggi dibanding di Yogyakarta serta perusahaan mengakuisisi gerai “sakit” dari franchisor. Hal ini bukan berarti perusahaan mengalami kerugian, namun dalam pembukaan gerai perusahaan membutuhkan modal yang cukup besar dan dalam memperoleh pengembalian dibutuhkan waktu mencapai 3 tahun agar menutupi modal awal.

HR Dept Head

Saat ini PT K-24 Indonesia sudah memiliki SMK Farmasi yang nantinya output dari SMK tersebut dapat langsung bekerja di Apotek K-24. Namun PT K-24 Indonesia merasa output yang dihasilkan masih kurang untuk memenuhi kebutuhan Apotek K-24 secara keseluruhan. Dengan demikian perusahaan berencana untuk bekerjasama dengan perguruan tinggi agar nantinya dapat mencukupi SDM yang dibutuhkan dalam perluasan gerai.

Yang menjadi PR (pekerjaan rumah) bagi kami, bagaimana merubah mindset apoteker yang cenderung kaku. Oleh karena itu kami selalu mengadakan training untuk meningkatkan kualitas SDM agar sejalan dengan visi misi, dan SOP perusahaan. PT K-24 Indonesia juga sedikit mengalami kesulitan dalam mengontrol franchisor yang tidak mengikuti SOP yang sudah ditetapkan. Melihat

hal ini kami selalu berusaha untuk melakukan pendekatan dan komunikasi kepada para franchisor mengenai budaya dan SOP perusahaan yang sepatutnya diikuti oleh para franchisor. Kami akan melakukan tindakan tegas bila franchisor tidak mengikuti budaya dan SOP dengan melakukan pemutusan kontrak yang tentunya sebelumnya dengan teguran terlebih dahulu.

Untuk karyawan internal PT K-24 Indonesia selalu melakukan rapat rutin. Guna memastikan kegiatan perusahaan sejalan dengan visi misi dan tujuan perusahaan. Di PT K-24 Indonesia juga ada OSM yang bertugas mengawasi serta melakukan evaluasi dan kontrol pada setiap divisi perusahaan.

Staff Marketing

PT K-24 Indonesia sudah memiliki visi, misi, serta tujuan yang jelas yang sudah dipahami hampir oleh seluruh lapisan karyawan. Di PT K-24 Indonesia selalu dilakukan rapat rutin, baik itu dengan karyawan internal perusahaan maupun para franchisor.

PT K-24 Indonesia memiliki citra yang baik di mata masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya penghargaan yang telah diraih oleh perusahaan. Kami juga selalu berusaha untuk memahami konsumen seperti dengan mengadakan promosi tiap bulannya dan saat ini kami menyediakan konsultasi mengenai obat palsu.

Untuk sistem operasi, PT K-24 Indonesia didukung oleh aplikasi berbasis teknologi dan informasi yaitu adanya aplikasi Ok-Soft. Dimana dengan adanya aplikasi ini dapat memonitor sistem pembelian, penjualan, persediaan, serta laporan

keuangan. Dengan demikian pengolahan data di dalam perusahaan terjamin cepat dan akurat.

Untuk SDM, PT K-24 Indonesia memiliki sekolah menengah kejuruan farmasi yang terletak di daerah Godean. Dan biasanya output dari sekolah tersebut langsung diberi penempatan kerja di apotek-apotek yang dimiliki oleh PT K-24 Indonesia.

Sistem penjualan *online*, PT K-24 Indonesia memiliki aplikasi obat24 yang kini berganti nama menjadi K24Klik. Sistem ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen khususnya di kota-kota besar yang tingkat pembelian *online* terbilang tinggi. Untuk informasi mengenai PT K-24 Indonesia sudah sangat jelas diinformasikan melalui web resmi milik PT K-24 Indonesia sehingga para konsumen dapat mengenal lebih dekat mengenai PT K-24 Indonesia serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan.

Observasi

- Dapat dilihat penambahan aset yang signifikan setiap tahunnya yang menunjukkan pertumbuhan perusahaan yang cukup baik
- Penambahan jumlah gerai setiap tahunnya yang dapat dilihat dari data historis perusahaan
- Adanya aplikasi resmi K-24klik sebagai wadah penjualan dan konsultasi online
- Adanya SMK Kesehatan Pelita Bangsa yang berlokasi di Jl. Godean Km. 1, Tambak Kav-24, Bantul, Yogyakarta, yaitu salah satu sekolah milik PT K-24 Indonesia

- Peraturan pemerintah mengenai kefarmasian yaitu, peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 98 Tahun 2015 dan peraturan Bupati Bantul Nomor 49 tahun 2012 pasal 7.
- Adanya isu obat palsu yakni “penemuan masifnya peredaran vaksin palsu ini adalah pertanda pemalsuan obat di negeri ini sudah dalam keadaan darurat”
- PT K-24 Indonesia sudah banyak meraih penghargaan yang dapat dilihat di web resmi milik PT K-24 Indonesia
- PT K-24 Indonesia menggunakan sistem operasi yang dibantu oleh aplikasi OK-soft yang digunakan disetiap gerai milik perusahaan ataupun waralaba.

Dokumentasi

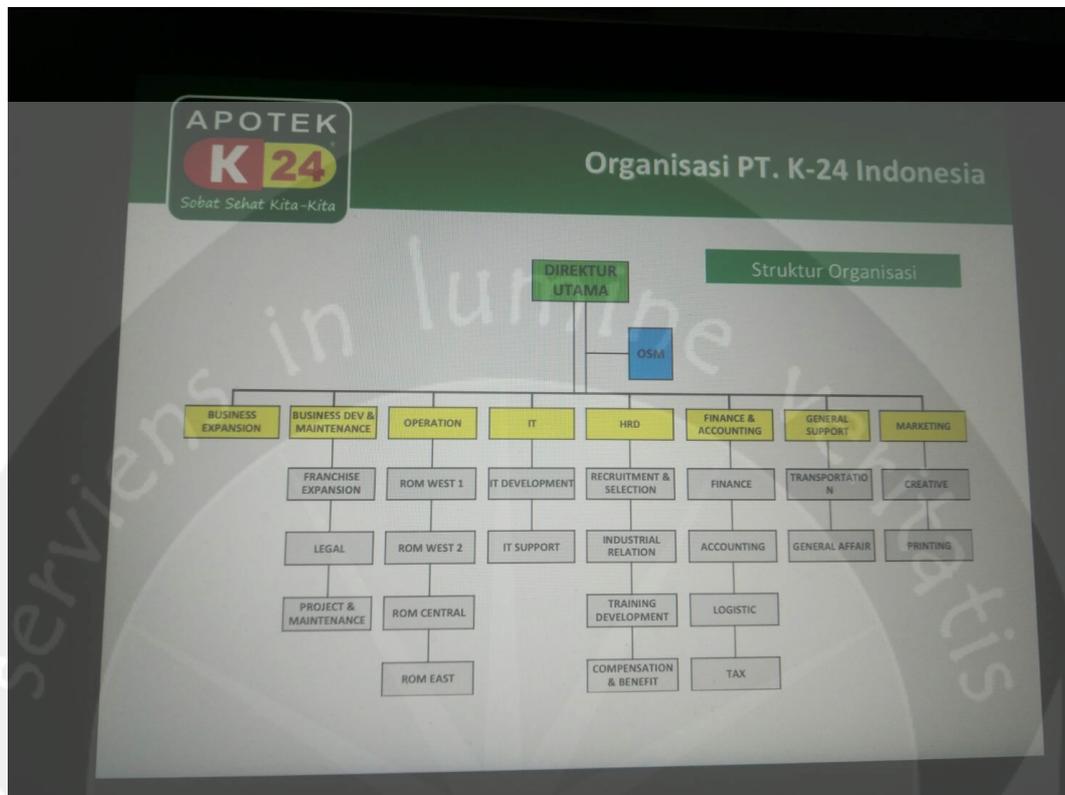
- Surat keterangan melakukan penelitian dari PT K-24 Indonesia
- Data keuangan PT K-24 Indonesia berupa angka Indeks
- Struktur organisasi PT K-24 Indonesia dan Struktur Apotek K-24
- Rekaman wawancara
- Brosur pemasaran franchise yang digunakan PT K-24 Indonesia untuk memasarkan apotek waralaba
- Gambar budaya perusahaan yang ada di PT K-24 Indonesia
- Gambar jumlah apotek dan karyawan PT K-24 Indonesia
- Gambar logo Apotek K-24 dan artinya



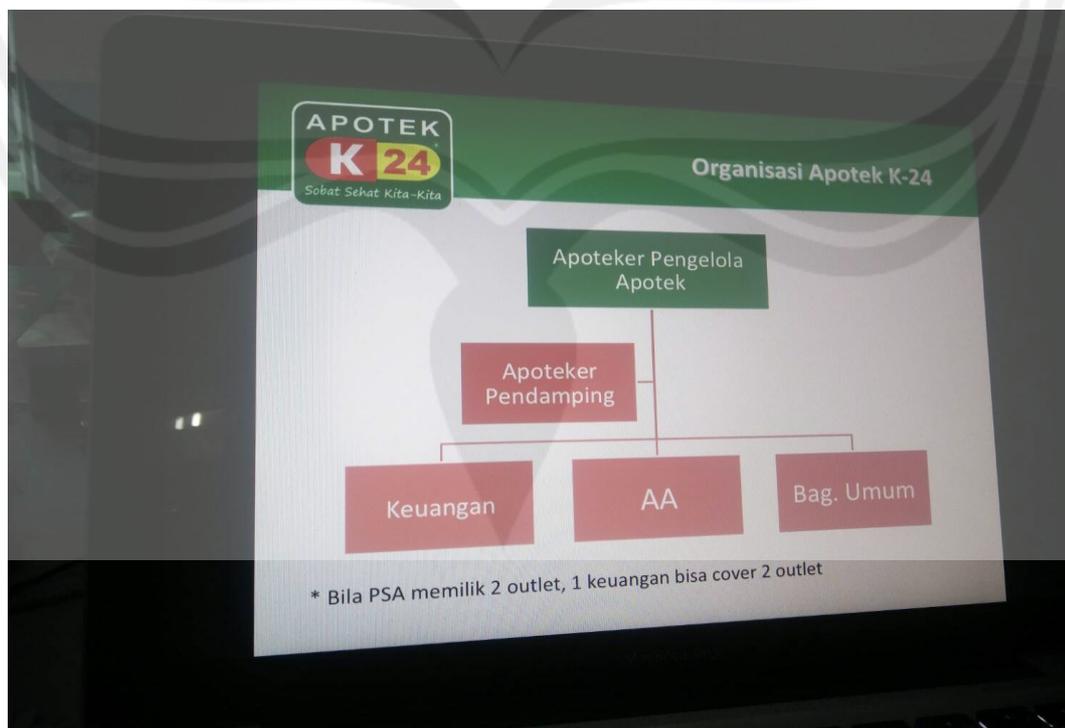
LAMPIRAN IV

GAMBAR DOKUMENTASI

Struktur Organisasi PT K-24 Indonesia



Struktur Gerai Apotek K-24



Arti Logo Perusahaan



Data Jumlah Gerai serta Karyawan PT K-24 Indonesia

APOTEK K24
Sobat Sehat Kita-Kita

Franchise TOP of Mind

Apotek Asli Indonesia

The Best Top of Mind Pharmacy Chain in Indonesia
Melayani > 100.000 pasien per hari.
Lebih dari 350 gerai, dari Sumatera hingga Papua
Jumlah Apoteker (farmasis) +/- 700 orang
Jumlah Assistant Apoteker +/- 1700 orang
Jumlah Associates +/- 4000 orang

Data Sistem Waralab (Ilustrasi Investasi Gerai)

Sistem Waralaba

Ilustrasi Investasi Gerai

Rencana Anggaran Belanja	Nilai
Paket Franchise Fee termasuk Ppn	110 jt
Plafon anggaran renovasi & furniture	455jt
Plafon anggaran peralatan dan obat	245 jt
Plafon anggaran biaya lain-lain	140 jt
TOTAL INVESTASI GERAI	950 jt

Budaya Perusahaan PT K-24 Indonesia

PASTI Peduli
CORE VALUES PT. K-24 INDONESIA

Profesional

- Profesional dalam bekerja
- Bekerja dengan Excellence
- Menjaga SLA/SOP sesuai standar

Antusias

- Memiliki mind set can do attitude
- Bekerja dengan passion

Integritas

- Disiplin, jujur dan tanggung jawab dan bekerja adalah bagian integral dalam bekerja
- Konsisten, committed

Inovatif

- Mengembangkan dan mendukung proses existing yang optimal
- Kreatif dalam mencari ide dan inovasi yang bermanfaat

Peduli

- Utamakan pelayanan prima
- Proaktif
- Responsif

Brosur Waralaba

Dapatkan kemudahan memperoleh kredit investasi dari BNI atau Bank Mandiri

Syarat mudah & proses cepat

Bunga mulai dari 9.85% per tahun (sesuai ketentuan Bank)

Bank Partners :



SUDAH LEBIH DARI 350 GERAI

Terbukti Menguntungkan!

dari Medan sampai Merauke

Medan • Lampung • Palembang • Jakarta • Depok • Tangerang Bekasi • Bogor • Bandung • Cirebon • Semarang • Yogyakarta Solo • Malang • Surabaya • Sidoarjo • Gresik • Bali • Samarinda Palangkaraya • Balikpapan • Makassar • Mataram • Kupang • Maumere • Rote • Jayapura • Merauke • dll

Informasi alamat gerai : www.apotek-k24.com

Total INVESTASI awal +/- 950* Juta

*) Tergantung Wilayah

Perkiraan BALIK MODAL +/- 3,5 Tahun**

***) apabila target penjualan & target margin tercapai

Biaya Waralaba

Initial Franchise Fee
Rp. 100 Juta + PPN

Royalty Fee
1,5 % + PPN (dari omzet/bln)

Luas Gerai Apotek K-24

Luas Bangunan Minimal 60 M²

(dengan lebar depan minimal 4 meter)

Support dari kami

- Pemilihan lokasi yang tepat
- Pendampingan rekrutment apoteker & staff
- Pelatihan tim & pendampingan soft opening
- Interior, meubeler
- Eksterior
- Signase
- Peminjaman Franchise Operational Manual (SOP)
- Dukungan Operasional Lanjutan
- Peminjaman "OK-SOFT"
- Mempermudah Franchisee memonitor transaksi penjualan, stock, laporan keuangan (neraca rugi & laba), dll
- Penjualan secara online via www.k24klik.com atau aplikasi k24klik (dapat dlunggah di Android / IOS)

Tahapan menjadi terwaralaba

- Mengisi Enquiry/Form aplikasi
- Presentasi Waralaba
- Menandatangani MoU
- Menentukan Lokasi
- Perjanjian Waralaba
- Pelatihan Awal
- Pra Operasional
- Pembukaan Gerai

SEKARANG saat ANDA menjadi franchisee yang BERHASIL !

Mengapa usaha waralaba?

- Meminimalkan resiko gagal usaha
- Lebih menghemat waktu, biaya dan tenaga
- Dukungan promosi bersama (nasional)
- Mendapatkan dukungan (support) & panduan dari Pekaralaba

Alasan memilih bisnis Apotek

- Obat adalah kebutuhan primer setelah pangan
- Bisnis sekaligus ibadah
- Bisnis jangka panjang & tahan krisis

Bisnis Apotek K-24 adalah Bisnis Bagus Tahan Krisis

Mengapa memilih Apotek K-24

- Brand yang kuat dan mendapat kepercayaan masyarakat luas
- Konsep Bisnis Unik & Unggul
- Dukungan IT Unggul dan terpadu (OK-SOFT)
- Dukungan SDM Unggul
- Sistem Franchise Unggul

Prestasi tiada henti



Peremajaan Penghargaan Brand Champion Indonesia Middle Class Consumer's Choice 2015 Middle Class Category Drug Store / Apotek



INFO WARALABA

HOTLINE :
0812 1201 2424

Kantor Yogyakarta:
Jl. Magelang, Karangwaru kidul, PR 24, Yogyakarta 55241
0274 - 542024, 542025

Kantor Jakarta:
Jl. Salemba Raya, No. 20, Jakarta Pusat
021 - 31902214

Kantor Surabaya:
Jl. Ngagel Jaya Utara, No. 143, Surabaya
031 - 5015072, 5015073

www.apotek-k24.com

Mengapa **MEMILIH** Franchise Apotek 



Sobat Sehat Kita Kita !