



**MANAJEMEN REPUTASI DAN PEMBENTUKAN CITRA PT KIMIA FARMA
TBK DALAM KASUS DAUR ULANG ALAT RAPID TEST COVID-19**

Susilowati

Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika
(Naskah diterima: 1 Maret 2021, disetujui: 30 April 2021)

Abstract

The demand of a company is to always maintain its reputation, because the company or organization will continue to be monitored by the public for everything that the company does and operates. Building a reputation took a long time to build it, but in seconds everything was destroyed with the Covid-19 rapid test tool recycling case at Kualanamu Airport, so the reputation of PT Kimia Farma Tbk was destroyed, so it needed reputation management and image building in this case. . The research objective was to analyze in depth the reputation management and image formation of PT Kimia Farma Tbk in the case of recycling the Covid-19 rapid test tool. The research used a descriptive qualitative approach with news content analysis methods on several online media. The results of the research of PT Kimia Farma Tbk, conducted 4 stages in dealing with reputation, Fact Finding; has conducted real problem research, then Planning and Programming; where the company submits those guilty to legal channels, plans actions to fill vacancies at Kualanamu airport, third, namely Action and Communicating; Refresher management and company internal ensuring all KFD clinics and laboratories throughout Indonesia have fulfilled and implemented KFD SOPs, held a General Meeting Extraordinary Shareholders, dismissed the President Director and the Director of KFD I, internal restructuring, finally, Evaluation; conducting inspections to ensure that KFD clinical and laboratory practices are in accordance with the SOP.

Keywords: Reputation management, corporate image

Abstrak

Tuntutan sebuah perusahaan adalah selalu menjaga reputasinya, dikarenakan perusahaan atau organisasi akan terus terpantau masyarakat atas semua yang dilakukan dan dijalankan perusahaan tersebut. Membangun reputasi membutuhkan waktu lama sampai hitungan tahun membangunnya, tetapi dengan hitungan detik semua menjadi hancur dengan kasus daur ulang alat rapid test Covid-19 di Bandara Kualanamu, maka reputasi PT Kimia Farma Tbk menjadi hancur, sehingga dibutuhkan manajemen reputasi dan pembentukan citra dalam kasus tersebut. Tujuan penelitian untuk menganalisa secara mendalam manajemen reputasi dan pembentukan citra PT Kimia Farma Tbk dalam kasus daur ulang alat rapid test Covid-19. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif dengan metode analisis isi berita pada beberapa media online. Hasil penelitian PT Kimia Farma Tbk, melakukan 4 tahapan menghadapi reputasi,

Fact Finding; telah melakukan penelitian permasalahan yang sebenar-benarnya, kemudian *Planning dan Programming*; dimana perusahaan menyerahkan mereka yang bersalah ke jalur hukum, merencanakan tindakan guna mengisi kekosongan di bandara Kualanamu, ketiga, yaitu *Action and Communicating*; Penyegaran manajemen dan internal perusahaan memastikan seluruh klinik dan laboratorium KFD di seluruh Indonesia sudah memenuhi dan menjalankan SOP KFD, menggelar Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa, memberhentikan Direktur Utama dan Direktur KFD I, pemberahan internal, terakhir, *Evaluation*; melakukan sidak memastikan praktik klinik dan laboratorium KFD sesuai SOP.

Kata kunci: Manajemen reputasi, Citra Perusahaan

I. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan selalu bertanggung jawab atas kelangsungan usahanya dengan melakukan berbagai cara. Tidak hanya dalam mencari keuntungan semata, tetapi juga tanggung jawab sosial di masyarakat. Tuntutan sebuah perusahaan adalah selalu menjaga reputasinya, dikarenakan perusahaan atau organisasi tersebut akan terus terpantau oleh masyarakat luas atas semua yang telah dilakukan dan dijalankan oleh perusahaan tersebut. Baik reputasi yang terjadi pada saat ini maupun yang terjadi di masa yang akan datang, bahkan yang mendesak sekali pun. Dalam membangun reputasi sangatlah sulit, membutuhkan waktu yang lama bahkan sampai hitungan tahun dalam membangunnya, akan tetapi dengan hitungan detik saja semua yang telah dibangun itu akan hancur dikarenakan sebuah kejadian yang dapat merusak reputasi perusahaan. Lama atau panjangnya waktu yang dibutuhkan dalam membangun reputasi

adaiah karena ia dihasilkan atas kinerja (performance) yang memerlukan proses panjang, juga karena ia ditelaah berdasarkan perilaku, sepak terjang, atau segala tindakan (behavior) yang tidak mungkin dilakukan dalam waktu singkat.

Seperti halnya yang terjadi pada beberapa waktu yang lalu, tepatnya pada tanggal 27 April 2021 di Bandara Kualanamu telah ditemukan penggunaan antigen bekas yang telah diungkap oleh Tim Penyidik Subdit IV Ditreskrimsus Polda Sumut yang sebelumnya telah menerima pengaduan dari masyarakat akan dugaan penggunaan kembali *stik brus swab antigen* daur ulang yang terletak di lantai M Gedung Bandara Kualanamu. (Simatupang & Wibowo, 2021) Dari pemeriksaan beberapa saksi, ditemukan fakta bahwa pemakaian antigen bekas telah berlangsung sejak Desember 2020 lalu. Pelayanan antigen bekas tersebut dilakukan oleh Plt Business Manajer Laboratorium Kimia Farma Medan berinisial PM

yang merangkap Kepala Layanan Kimia Farma Diagnostik Bandara Kualanamu beserta karyawan Laboratorium Kimia Farma yang berlokasi di Jalan R.A. Kartini Nomor 1 Kelurahan Madras Hulu, Kecamatan Medan Polonia, Kota Medan (Umah, 2021)

Dan menurut Kapolda Sumut, Irjen Pancra Putra di Mapolda Sumut mengatakan bahwa Jajaran Polda mengungkap tindak pidana di bidang kesehatan yaitu melakukan atau memproduksi mengedarkan dan menggunakan bahan sediaan farmasi dan atau alat kesehatan yang tidak memenuhi standar keamanan khasiat atau kemanfaatan dan mutu. Para tersangka ditangkap usai membuka praktik produksi daur ulang stik panjang atau cotton buds yang digunakan sebagai alat untuk melakukan swab tes antigen. Caranya, mereka mencuci kembali, membersihkan dan mengemas kembali stik tersebut sehingga terlihat baru dan dapat digunakan kembali. PM yang merupakan sebagai penanggung jawab laboratorium menjadi otak kejahatan dengan menginstruksikan SR (19) berperan sebagai kurir Laboratorium Kimia Farma mengangkut limbah medis tersebut dari Bandara untuk kemudian diolah dan dikemas seperti baru di Laboratorium Kimia Farma. Lalu DJ (20) selaku CS di Laboratorium Klinik Kimia Farma berperan melakukan daur

ulang cotton buds swab antigen bekas menjadi seolah-olah baru. Lalu M (30) bagian Admin Laboratorium Kimia Farma berperan yang melaporkan hasil swab ke pusat. tersangka terakhir berinisial R (21) karyawan tidak tetap Kimia Farma berperan sebagai admin hasil swab test antigen di posko pelayanan pemeriksaan Covid-19 Kimia Farma Bandara Kualanamu. (CNN, 2021)

Dengan kejadian ini mereka telah menghancurkan reputasi PT Kimia Farma yang selama ini di pertahankan. Sehingga diperlukannya sebuah manajemen yang tepat guna menangani permasalahan tersebut yang merugikan PT Kimia Farma itu sendiri. Pada Manajemen reputasi merupakan usaha pengembalian kepercayaan yang hilang dari public akibat permasalahan yang telah berlangsung serta memungkinkan masalah tersebut akan terjadi kembali. Bila mengacu pada permasalahan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Manajemen Reputasi dan pembentukan citra dari PT Kimia Farma dalam menghadapi kasus daur ulang alat rapid test Covid-19.

II. KAJIAN TEORI

1. Manajemen Reputasi

Charles Fombrun (Hardjana, 2008) menyatakan bahwa, *“Reputation is a source of*

competitive advantage. ... In companies where reputation is valued, managers take great pains to build, sustain, and defend that reputation by following practices that (1) shape a unique identity and (2) project coherent and consistent set of images to the public” (“Reputasi adalah sumber keunggulan kompetitif ... Di perusahaan-perusahaan di mana reputasi dihargai, para manajer bersusah payah untuk membangun, mempertahankan, dan mempertahankan reputasi itu dengan mengikuti praktik-praktik yang (1) membentuk identitas unik dan (2) serangkaian gambar yang koheren dan konsisten bagi publik ”) Sehingga reputasi menurut pendapat diatas merupakan suatu keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam membangun, dan mempertahankan reputasi yang membentuk identitas yang unik bagi sebuah perusahaan dan menggambarkan sesuatu yang koheren bagi khalayaknya.

Organisasi atau perusahaan akan melakuk an tindakan yang terencana dengan baik untuk membangun kesan positif dan citra yang baik dimata masyarakat.. Dalam reputasi yang memandang bahwa nama baik perusahaan akan dipandang baik dan luhur sehingga dapat diperlakukan dengan baik kehormatan. Hasil

yang diperoleh dari reputasi sebuah perusahaan adalah kepercayaan.

Salah satu yang terpenting bagi eksistensi perusahaan adalah citra dan kepercayaan yang baik di mata masyarakat . Apalagi di era informasi sekarang ini, peran public relations dalam membangun citra positif semakin diperlukan. Perusahaan yang mempunyai citra dan kepercayaan yang tidak baik dimata masyarakat, sehingga perusahaan tersebut akan mengalami suatu krisis kepercayaan. Suatu perusahaan yang mengalami permasalahan krisis kepercayaan akan dapat menyebabkan bertumbuhnya pandangan negatif dari stakeholder yang berkepanjangan, serta tingkat kepercayaan dan citra perusahaan di mata masyarakat menjadi turun secara tajam.

Untuk memulihkan citra negatif yang telah terbentuk dibutuhkan strategi yang jitu dari seorang Public Relations. “ Seorang Public Relations tidak hanya harus mempunyai technical skill dan managerial skill dalam keadaan normal, tapi Public Relations juga harus memiliki kemampuan dalam mengantisipasi, menghadapi atau menangani suatu krisis kepercayaan (*crisis of trust*) dan penurunan citra (*lost of image*) yang terjadi “(Ruslan, 2010).

Pada umumnya, manajemen reputasi dilakukan oleh Public Relations, sedangkan reputasi yang merupakan sebuah konsep di dalam public relations (PR) yang sulit untuk diartikan dengan tegas dan sulit untuk diukur serta keberdaannya tidak hanya dapat dilihat dari sebuah produk saja. Akan tetapi dengan adanya reputasi dapat menguatkan kedudukan perusahaan disaat menghadapi pesaingnya,

Davies,dkk (Ardianto, 2011) yang menjelaskan seberapa pentingnya sebuah reputasi bagi perusahaan, yaitu:

1. Reputasi itu berharga dan bernilai. Sebuah reputasi memang tidak mudah dinilai, namun tidak sesulit seperti menilai aset yang berwujud keberadaanya seperti tanah atau bangunan. Masih banyak perusahaan yang tidak selalu "memahami" arti penting sebuah reputasi yang secara kenyataannya tampak abstrak. Pada intinya reputasi memiliki nilai dan bersifat substansial bagi kebanyakan organisasi.
2. Reputasi dapat diukur sebagai sebuah strategi. Umumnya, perusahaan memiliki instrumen untuk mengukur identitas atau gambaran dengan melakukan pendekatan khusus untuk pengukuran reputasi yang umum di lapangan.

3. Reputasi lebih mudah hilang daripada diciptakan, pembentukan dan pengembangan reputasi memerlukan banyak waktu, namun hal itu dapat hilang sekejap hanya dalam waktu beberapa menit.

Tuntutan sebuah perusahaan adalah selalu menjaga reputasinya, dikarenakan perusahaan atau organisasi tersebut akan terus terpantau oleh masyarakat luas atas semua yang telah dilakukan dan dijalankan oleh perusahaan tersebut. Baik reputasi yang terjadi pada saat ini maupun yang terjadi di masa yang akan datang, bahkan yang mendesak sekali-pun. Organisasi atau perusahaan akan melakukan tindakan yang terencana dengan baik untuk membangun kesan positif dan citra yang baik dimata masyarakat.. Dalam reputasi yang memandang bahwa nama baik perusahaan akan dipandang baik dan luhur sehingga dapat diperlakukan dengan baik kehormatan. Hasil yang diperoleh dari reputasi sebuah perusahaan adalah kepercayaan .

George R. Terry dalam (Ruslan, 2005 1) mendefinisikan manajemen merupakan suatu proses yang memiliki tahapan yaitu, perencanaan, pengorganisasian, pengaktifan, dan pengawasan, yang dilakukan untuk memenuhi tujuan dan target yang telah ditetapkan menggunakan sumber daya manusia dan sumber

daya lainnya. Manajemen merupakan tools yang diperlukan dalam lingkup keorganisasian. Empat poin tersebut berkenaan dengan aktifitas PR yang berkaitan dalam melakukan manajemen reputasi terkait hal-hal yang mampu mencemari nama baik atau seperti isu-isu yang merugikan organisasi atau perusahaan. Reputasi dalam korporat merupakan masalah yang sangat kompleks maka membutuhkan menejemen yang tepat, cermat, dan cerdik. (Ruslan, 2010)

Pembicaraan tentang reputasi sendiri pada dasarnya merupakan pendekatan komunikasi yang dilandasi oleh sebuah pemikiran positif tentang ketidakpastian masa depan, karena pada dasarnya reputasi adalah hasil tindakan penyehatan hidup sebuah perusahaan agar terhindar dari krisis. Dalam proses operasionalnya, Public Relations menurut Cutlip & Center (Nurwiyanti, 2005) harus melalui **4 tahapan aktifitas seorang public relation**, yaitu; (a). *Fact Finding*, (b) *Planning dan Programming*, (c) *Communicating*, (d) *Evaluation*. Keempat proses ini dapat dideskripsikan dalam berbagai ilustrasi atau kegiatan. Sehingga dapat digunakan pula untuk seorang PR dalam menghadapi masalah reputasi, dan dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. ***Fact Finding (Mendefinisikan masalah)***; di mana hal tersebut meliputi deskripsi latar belakang masalah, identifikasi kebutuhan publik, melakukan penyelidikan dan memonitor opini. Pada tahapan ini yang paling diperlukan adalah kepekaan humas dalam mendengarkan dan menemukan fakta yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan atau organisasi. Tahap ini juga dina- makan tahapan analisis situasi.
- b. ***Planning dan Programming (perenca-naan dan program)***; Tahapan perencanaan dan penyusunan program kerja merupakan upaya yang dilakukan untuk menentukan langkah selanjutnya yang sejalan dengan kepentingan publik. Dalam membuat perencanaan, Public Relations sebaiknya menjadi bagian dari harapan manajemen dan mampu berpikir strategis. Konsep berpikir ini fokus pada penentuan tujuan dasar jangka panjang, mengadopsi tindakan, dan alokasi sumberdaya yang tepat untuk melaksanakan tujuan.
- c. ***Action and Communicating (aksi dan komunikasi)***; yaitu implementasi program tindakan dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik. Kesesuaian, prioritas, dan pengukuran hasil yang tepat dalam setiap aktivitas merupakan titik

poin utama yang akan menentukan keberhasilan pada tahap implementasi. Proses ini merupakan tidak lanjut setelah melakukan perencanaan. Humas harus bisa melakukan tindakan berdasarkan rencana matang yang sudah dibuat.

- d. ***Evaluation (evaluasi);*** Semua bentuk aktivitas kehumasan baik kuantitatif maupun kualitatif harus bisa diukur untuk menentukan tingkat efektivitas perencanaan, implementasi, dan dampaknya terhadap publik. Evaluasi merupakan tahap penilaian hasil dari riset awal hingga perencanaan program, serta keefektifan dari proses manajemen dan bentuk komunikasi yang digunakan. Tahapan ini dikatakan sebagai tahap penafsiran hasil kerja.

2. Pembentukan Citra

Seorang public relations dapat dikatakan sukses atau tidaknya tergantung pada kemampuannya dalam menjalankan tugas dan fungsi suatu hubungan yang terjalin (citra perusahaan). Hal ini dapat terlihat dari pernyataan Liliweri (Besar & Zainal, 2016) "Peran dan fungsi Public relations memegang peranan penting menjaga citra dan kemajuan perusahaan".

Salah satu yang terpenting bagi eksistensi perusahaan adalah citra dan kepercayaan

yang baik di mata masyarakat. Apalagi di era informasi sekarang ini, peran public relations dalam membangun citra positif semakin diperlukan. Perusahaan yang mempunyai citra dan kepercayaan yang tidak baik dimata masyarakat, sehingga perusahaan tersebut akan mengalami suatu krisis kepercayaan. Suatu perusahaan yang mengalami permasalahan krisis kepercayaan akan dapat menyebabkan bertumbuhnya pandangan negatif dari stakeholder yang berkepanjangan, serta tingkat kepercayaan dan citra perusahaan di mata masyarakat menjadi turun secara tajam.

Untuk memulihkan citra negatif yang telah terbentuk dibutuhkan strategi yang jitu dari seorang Public Relations. " Seorang Public Relations tidak hanya harus mempunyai technical skill dan managerial skill dalam keadaan normal, tapi Public Relations juga harus memiliki kemampuan dalam mengantisipasi, menghadapi atau menangani suatu krisis kepercayaan (*crisis of trust*) dan penurunan citra (*lost of image*) yang terjadi "(Ruslan, 2010).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif dengan metode analisis isi berita pada beberapa media online. yakni menurut Pawito pendekatan adalah Kesimpulan

yang dihasilkan pada umumnya tidak dimaksudkan sebagai generalisasi, tetapi sebagai gambaran interpretatif tentang realitas atau gejala yang diteliti secara holistik dalam setting tertentu. Berdasarkan tataran atau cara menganalisis data, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif. Dengan analisa dari beberapa berita pada media online resmi yang terkait dengan kasus kasus alat rapid test daur ulang di Bandara Kualanamu yang telah dilakukan oleh Plt Business Manajer Laboratorium Kimia Farma Medan dengan beberapa karyawan di Laboratorium tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan deskripsi yang mendalam tentang manajemen reputasi dan pembentukan citra PT Kimia Farma Tbk dalam kasus daur ulang alat rapid test Covid-19.

IV. HASIL PENELITIAN

PT Kimia Farma (Persero) kembali mengubah statusnya menjadi perusahaan publik, PT Kimia Farma (Persero) Tbk, pada tanggal 4 Juli 2001, dan kemudian berubah menjadi PT Kimia Farma Tbk, efektif per tanggal 28 Februari 2020 atau Kimia Farma telah berkembang menjadi perusahaan pelayanan kesehatan (*Healthcare*) terintegrasi di Indonesia. Sebagai agen bisnis di bawah Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN),

Kimia Farma terus berekspansi untuk menjadi perusahaan yang memiliki daya saing unggul. Sejak Pertengahan tahun 2017, manajemen mencanangkan tiga program prioritas guna mencapai target Tiga Besar Industri Farmasi Nasional di tahun 2019.



Sumber :Kimiafarma.co.id, 2015)

Gambar 3.1 Logo dan gedung PT Kimia Farma (Persero) Tbk di Jl. Veteran No.9, Jakarta Pusat

Begini banyaknya program-programnya PT Kimia Farma mempunyai citra yang baik di mata masyarakat, selain seringnya mengadakan kegiatan Corporate Social Responsibility di berbagai daerah, juga Melalui kegiatan Indonesia Corporate PR Award 2018 Warta Ekonomi ingin memberikan apresiasi kepada perusahaan, lembaga negara, kementerian, menteri, yayasan, maupun tokoh yang berhasil membuat perusahaan, lembaga, maupun tokoh menjadi yang terpopuler maupun yang terbaik. Dengan adanya pandemic covid 19 sejak tahun 2020 maka PT Kimia Farma Tbk (Kimia Farma) sebagai salah satu BUMN Farmasi terus berupaya membantu Pemerintah dalam mencegah dan menanggulangi penyebaran

Covid-19, yaitu dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat dalam upaya untuk mencegah penyebaran Covid-19 ini.



Sumber : (Ramdhani, 2020)

Gambar 3.2 Menteri BUMN Erick Thohir mengunjungi salah satu gerai Kimia Farma di Jakarta.

Dan seperti diuraikan di atas akan kejadian yang mencoreng reputasi PT Kimia Farma Tbk, yaitu kasus daur ulang alat rapid test Covid-19 di Bandara Kualanamu.

Maka dapat dilihat dari masalah tersebut dengan menggunakan 4 tahapan aktifitas seorang seorang PR dalam menghadapi masalah reputasi, dan dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Fact Finding (Mendefinisikan masalah):

Semua pihak dan pemangku kepentingan untuk obyektif menilai permasalahan tersebut. Dan pada tahap ini haruslah dapat menidentifikasi masalah yang terjadi sebagai data yang melatar belakangi masalah yang terjadi serta berusaha untuk menemukan fakta yang berhubungan dengan kepentingan jangka panjang dari PT. Kimia Farma Tbk. Hal ini membutuhkan penelitian

yang intensif dan mendalam pada perusahaan tersebut. Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Erick Thohir menyatakan bahwa untuk sisi hukum tidak ada toleransi, diserahkan bersama kepada aparat yang berwenang. Tapi di sisi lain pemeriksaan secara prosedur maupun organisasi harus dilakukan secara menyeluruh. Bahkan dirinya menyatakan akan turun untuk melakukan evaluasi. Setelah melakukan penilaian secara terukur dan pengkajian secara komprehensif juga berlandaskan semangat *good corporate governance*, maka langkah tegas harus diambil. langkah (pemberhentian) ini harus diambil karena Baginya, ulah oknum tersebut menghinati profesi pelayan publik di bidang kesehatan. Selanjutnya, hal yang menyangkut hukum merupakan ranah dari aparat yang berwenang. Erick pun menjelaskan bahwa ada kelemahan secara sistem yang membuat kasus antigen bekas dapat terjadi. Hal ini berdampak luas bagi kepercayaan masyarakat. (Ismoyo, 2021)

Maka dapat terlihat bahwa pada tahap mendefinisikan masalah, pada kasus ini dilakukan oleh Menteri BUMN Erick Thohir yang telah geram dan menyatakan bahwa kejadian ini adalah suatu masalah yang besar dan serius, mengingat kesehatan

masyarakat sangat dirugikan dengan adanya kasus ini, berdampak luas bagi kepercayaan masyarakat. Mengingat perusahaan merupakan pelayanan bagi masyarakat di kesehatan.

b. Planning and Programming (perencanaan dan program), Direktur Utama PT Kimia Farma Diagnostika Aidil mengungkapkan bahwa uji terhadap rapid test kit itu juga disesuaikan dengan hasil antara rapid test antigen maupun PCR/swab. PT Kimia Farma Diagnostika telah menguji komparasi terhadap sampel alat rapid test dan dinyatakan lulus uji komparasi di laboratorium. Perusahaan tidak akan melindungi mereka dan menyerahkan proses hukumnya sepenuhnya kepada polisi. Unit rapid test PT Kimia Farma Diagnostika di Bandara Kualanamu dapat melayani rata-rata 692 orang per hari. Namun, imbas dari penggerebekan atas temuan penyalahgunaan itu, laboratorium Kimia Farma Medan Kartini ditutup untuk sementara waktu terutama selama proses penyelidikan. (Hidayat & Nasution, 2021)

Bila melihat langkah yang dilakukan oleh pihak PT Kimia Farma pun melakukan tidak tegas dan melakukan beberapa rencana yang akan dan harus dilakukan

imbas dari kejadian ini, Hal ini jelas sangat sulit mengingat kondisi pandemic seperti saat ini membutuhkan pelayanan kesehatan pada masyarakat luas, dan berimbang rasa tidak percaya pada perusahaan di setiap pelayanannya. Proses ini tidak hanya sejenak, perlu dilakukan secara kontinyu dan berkesinambungan, juga pengawasan harus terus dilakukan baik oleh pemerintah maupun masyarakat.

c. Action and Communicating (aksi dan komunikasi); Dari pihak PT Kimia Farma Diagnostika (KFD) (Ismoyo & Sanusi, 2021) telah melakukan :

- 1) Penyegaran manajemen dan internal perusahaan guna memastikan seluruh klinik dan laboratorium KFD di seluruh Indonesia sudah memenuhi dan menjalankan SOP. Dan Pelaksana Tugas (Plt.) Direktur Utama Kimia Farma Diagnostika, Agus Chandra mengatakan, tindakan penyegaran manajemen KFD adalah salah satu langkah perbaikan untuk meningkatkan kinerja secara menyeluruh.
- 2) Sebelumnya diketahui, berdasarkan arahan dan keputusan dari pemegang saham, KFD menggelar Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) memutuskan untuk memberhentikan Di-

rektur Utama KFD Adil Fadilah Bulqini dan Direktur KFD I Wayan Budhi Arta-wan dan juga menyepakati untuk me-ngangkat Agus Chandra sebagai Plt. Direktur Utama KFD dan Abdul Azis sebagai Plt. Direktur KFD .

3) KFD terus melakukan pembenahan in-ternal. Saat ini, klinik dan laboratorium melakukan beberapa model perbaikan. Diantaranya, pertama, restrukturisasi or-ganisasi yang bertujuan untuk mening-katkan kinerja dan pelayanan. Kedua, penguatan sistem layanan dan suppor-ting dengan mengedepankan aplikasi *digital* dan *cashless*. Ketiga, pengawa-san berupa inspeksi mendadak (sidak) dari pihak ketiga, seperti dinas kese-hatan, aparat kepolisian, dan dinas lingku-ungan hidup, dinas kelautan, dan instansi lainnya. Keempat, sistem pengawasan internal (SPI) yang akan digelar ke seluruh wilayah Indonesia. Kelima, penempatan petugas pengawas mutu di setiap branch manager dan outlet KFD.

Bila melalih tahap ini maka dapat disim-pulkan bahwa pada taham action betul-betul baik dari kementerian BUMN maupun pihak perusahaan yaitu PT Kimia Farma Tbk, telah melakukan langkah yang serius

dan berusaha untuk menunjukkan kepada siapa saja bahwa setiap pelanggaran harus ada sanksi hukumnya, terutama di bidang pelayanan bagi masyarakat di bidang kese-hatan. Tidak hanya pelaku saja yang dike-nai sanksi tetapi juga pejabat yang ber-tanggung jawab pada saat itu pun dilakukan tindakan yaitu pencopotan jabatan, sehingga pada tahap aksi yang dilakukan ini menjadi nyata dan menunjukkan bahwa pemerintah dan juga perusahaan bertang-gung jawab penuh akan keselamatan ma-syarakat.

d. Evaluation (evaluasi): Langkah perbaikan yang telah dilakukan sejak akhir April 2021 berupa sidak dari instansi lainnya terus berjalan sampai saat ini guna memastikan praktik klinik dan laboratorium KFD sudah sesuai dengan SOP dan tidak melakukan pelanggaran. Beberapa branch manager KFD yang sudah disidak antara lain Kota Bandung oleh dinas kesehatan setempat. Internal KFD melalui SPI juga melakukan pengawasan internal terhadap lab dan klinik internal di seluruh wilayah Indone-sia.(Ismoyo & Sanusi, 2021).

V.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpul-

kan bahwa dalam kasus daur ulang alat rapid test Covid-19 yang telah dilakukan oleh Plt Business Manajer Laboratorium Kimia Farma Medan berinisial PM yang merangkap Kepala Layanan Kimia Farma Diagnostik Bandara Kualanamu beserta karyawan Laboratorium Kimia Farma yang berlokasi di Jalan R.A. Kartini Nomor 1 Kelurahan Madras Hulu, Kecamatan Medan Polonia, Kota Medan, maka pihak PT Kimia Farma Tbk yang merupakan perusahaan BUMN dan juga perusahaan yang bergerak dalam pelayanan kesehatan dan obat-obatan ini harus melakukan manajemen Reputasi dan pembentukan citra guna mengangkat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja dan pelayanan dari PT Kimia Farma Tbk, dan sesuai dengan menggunakan 4 tahapan aktifitas seorang seorang PR dalam menghadapi masalah reputasi, maka dapat disimpulkan bahwa pada tahap pertama yaitu **Fact Finding** (Mendefinisikan masalah); Perusahaan telah melakukan penelitian akan permasalahan yang sebenar-benarnya, khususnya di lokasi kejadian ditemukan pelanggaran tersebut (Bandara Kualanamu Medan), kemudian yang kedua **Planning dan Programming** (perencanaan dan program); dimana pihak perusahaan tidak hanya menyerahkan mereka yang bersalah ke jalur hukum, akan tetapi telah merencanakan

tindakan imbas dari kejadian tersebut yaitu dengan kekosongan yang terjadi di bandara Kualanamu. Dan untuk tahapan ketiga, yaitu **Action and Communicating** (aksi dan komunikasi), telah dilakukan beberapa tindakan sebagai konsekuensi atas kejadian tersebut, seperti, Penyegaran manajemen dan internal perusahaan guna memastikan seluruh klinik dan laboratorium KFD di seluruh Indonesia sudah memenuhi dan menjalankan SOP KFD menggelar Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) dan kemudian memberhentikan Direktur Utama dan Direktur KFD I, serta melakukan pemberahan internal. Dan yang terakhir yaitu **Evaluation (evaluasi)**: sejak akhir April 2021 melakukan sidak ke beberapa instansi lainnya guna memastikan praktik klinik dan laboratorium KFD sudah sesuai dengan SOP dan tidak melakukan pelanggaran.

Semua tahapan yang dilakukan dalam manajemen reputasi memang sudah dilakukan akan tetapi tidak dapat menumbuhkan kepercayaan dari masyarakat atas apa yang terjadi, dikarenakan layanan kesehatan ini merupakan vital bagi masyarakat pada saat pandemic khususnya di tempat-tempat vital seperti bandara dan juga beberapa rumah sakit pastinya. Sehingga ini merupakan suatu langkah

panjang bagi Kimia Farma dalam menumbuhkan kembali kepercayaan masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2011). *Metodelogi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandng: Simbiosa Rekatama Media.
- Besar, I., & Zainal, G. (2016). *Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Listrik Negara Di Kota Bandar Lampung*. Website : https://elibrary.unisba.ac.id/files/06-0874_Fulltext_Duplikat.pdf
- CNN. (2021). 4 Bulan Oknum Kimia Farma Praktik Antigen Bekas di Kualanamu. Retrieved May 19, 2021, from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210430075810-12-636731/4-bulan-oknum-kimia-farma-praktik-antigen-bekas-di-kualanamu>
- Ardianto, E. (2011). Metodelogi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Besar, I., & Zainal, G. (2016). Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Listrik Negara Di Kota Bandar Lampung. Website: <http://jurnal.fisip.unila.ac.id/index.php/posidingkom/article/view/302>
- CNN. (2021). 4 Bulan Oknum Kimia Farma Praktik Antigen Bekas di Kualanamu. Retrieved May 19, 2021, from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210430075810-12-636731/4-bulan-oknum-kimia-farma-praktik-antigen-bekas-di-kualanamu>
- Retrieved May 19, 2021, from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210430075810-12-636731/4-bulan-oknum-kimia-farma-praktik-antigen-bekas-di-kualanamu>
- Hardjana, A. (2008). Komunikasi dalam Manajemen Reputasi Korporasi 1(No Title). Retrieved March 23, 2020, from media.neliti.com website: <https://media.neliti.com/media/publications/102703-ID-komunikasi-dalam-manajemen-reputasi-korp.pdf>
- Hidayat, M. A., & Nasution, P. (2021). Kimia Farma Klarifikasi soal Pegawainya Pakai Alat Bekas Rapid Test. Retrieved May 20, 2021, from https://www.viva.co.id/berita/kriminal/1368758-kimia-farma-clarifikasi-soal-pegawainya-pakai-alat-bekas-rapid-test?page=3&utm_medium=page-3
- Ismoyo, B. (2021). Buntut Kasus Antigen Bekas, Erick Thohir Pecat Seluruh Direksi Kimia Farma Diagnostika. Retrieved May 20, 2021, from <https://www.tribunnews.com/nasional/2021/05/16/buntut-kasus-antigen-bekas-erick-thohir-pecat-seluruh-direksi-kimia-farma-diagnostika>
- Ismoyo, B., & Sanusi. (2021). Ada Kasus Antigen Bekas, Kimia Farma Diagnostika Janji Perketat Pengawasan Laboratorium dan Klinik. Retrieved from <https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/05/17/ada-kasus-antigen-bekas-kimia-farma-diagnostika>

- [farma-dagnostika-janji-perketat-pengawasan-laboratorium-dan-klinik?page=2](https://www.kimiafarma.co.id/index.php?option=com_content&view=featured&Itemid=157&lang=id)
- Kimiafarma.co.id. (2015). Home - Kimia Farma - BUMN Farmasi Terbesar di Indonesia. Retrieved May 19, 2021, from <https://www.kimiafarma.co.id/> website:
https://www.kimiafarma.co.id/index.php?option=com_content&view=featured&Itemid=157&lang=id
- Nurwiyanti, N. (2005). Proses Operasional Public Relations Untuk Membentuk Image Pengiklan. Bandung. Website: https://elibrary.unisba.ac.id/files/06-0874_Fulltext_Duplikat.pdf
- Prastiwi, D. (2021). 5 Tanggapan Usai Kasus Alat Rapid Test Daur Ulang di Bandara Kualanamu - News Liputan6.com. Retrieved May 19, 2021, from <https://www.liputan6.com/> website:
<https://www.liputan6.com/news/read/4545672/5-tanggapan-usai-kasus-alat-rapid-test-daur-ulang-di-bandara-kualanamu>
- Ramdhani, G. (2020). Peran Aktif Kimia Farma untuk Mencegah Penyebaran Virus Corona - News Liputan6.com. Retrieved May 19, 2021, from <https://www.liputan6.com/> website:
<https://www.liputan6.com/news/read/4194126/peran-aktif-kimia-farma-untuk-mencegah-penyebaran-virus-corona>
- Ruslan, R. (2010). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Simatupang, S., & Wibowo, E. A. (2021). Kasus Rapid Antigen Bekas di Kualanamu, Branch Manajer Lab Kimia Farma Tersangka - Nasional Tempo.co. Retrieved May 19, 2021, from <https://bisnis,tempo,co/> website:
<https://nasional,tempo,co/read/1457743/kasus-rapid-antigen-bekas-di-kualanamu-branch-manajer-lab-kimia-farma-tersangka/full&view=ok>
- Umah, A. (2021). Kronologi Kasus Antigen Bekas Berujung Bos KFD Dipecat Erick. Retrieved May 19, 2021, from <https://www.cnbcindonesia.com/> website:
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20210516130323-4-245723/kronologi-kasus-antigen-bekas-berujung-bos-kfd-dipecat-erick/1>