

Nama : Lia Febriyanti
NIM : 19808141028
Kelas : Manajemen A19

ROADMAP & MODEL STRATEGI
PT PERUSAHAAN PERDAGANGAN INDONESIA (PERSERO)



PT Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero) selanjutnya disebut PT PPI (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dan merupakan satu-satunya BUMN trading company di Indonesia. PT PPI (Persero) bergerak di perdagangan umum meliputi ekspor, impor, dan distribusi yang merupakan hasil penggabungan (merger) PT Dharma Niaga (Persero) dan PT Pantja Niaga (Persero) ke dalam PT Cipta Niaga (Persero) yang kemudian berganti nama menjadi PT PPI (Persero) di tahun 2003 berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 tahun 2003.

PT PPI (Persero) didirikan berdasarkan Keputusan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia RI No. C-14008.HT.01.04 Tahun 2003 Tentang Perubahan Anggaran Dasar Perusahaan Perseroan (Persero) PT Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero) tanggal 09 Juni 2003.

Peta strategis jangka Panjang (*The long run strategic map*)

1. Visi Misi



Gambar 1.9 Visi, Misi, dan Budaya PT PPI (Persero)

2. Untuk lima tahun mendatang PT PPI (Persero) telah menetapkan arah pengembangannya sebagai berikut: “Strategi PT PPI (Persero) 2020-2024 diselaraskan terhadap Visi BUMN Klaster Pangan yaitu Menjadi perusahaan produksi pangan terbaik nasional pada tahun 2024 dan pengeksport teratas makanan premium. Dengan demikian fokus utama PT PPI (Persero) adalah meningkatkan kapabilitas perdagangan dengan tema strategi:
- Nilai Ekonomi dan Sosial untuk Indonesia;
 - Inovasi Model Bisnis;
 - Kepemimpinan Teknologi;
 - Peningkatan Investasi; dan
 - Pengembangan Talenta;
- yang dikaitkan terhadap strategi inisiatif atau strategi utama.”

POSITIONING PPI

Flagship Trading Company of Indonesia



Peran utama PT PPI (Persero) dalam Value Chain adalah sebagai trader dan distributor dengan manajemen *Supply Chain (End to End Services)* yang didukung keuangan yang sehat, saluran penjualan baik dalam negeri maupun luar negeri, infrastruktur distribusi, sistem IT yang terintegrasi, penguatan bisnis dari produk yang sudah ada serta penyerapan produk anggota kluster pangan dan SDM yang kompeten.

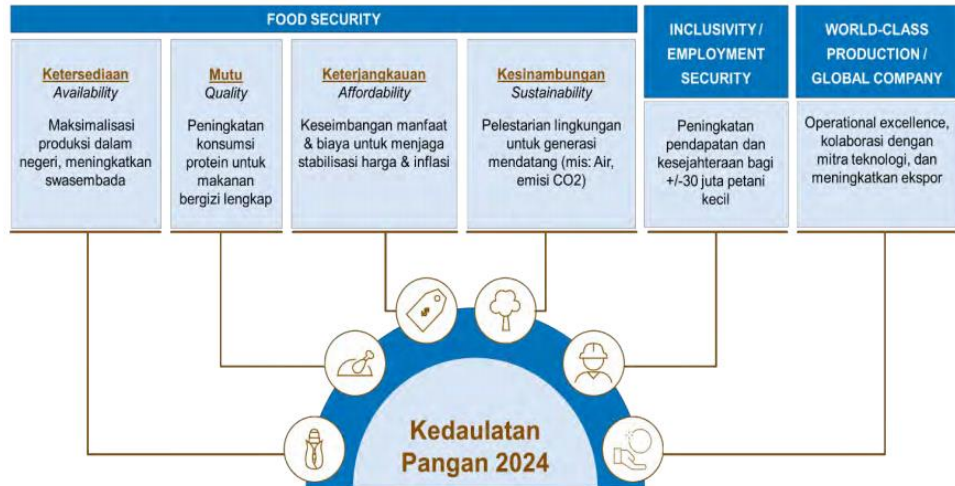
Perusahaan menetapkan Strategi dan Program Kerja guna mencapai target RJPP tahun 2020 – 2024 adalah sebagai berikut:

2020	2021	2022	2023	2024
TARGET PENDAPATAN				
Rp 2,87 Triliun	Rp 4,35 Triliun	Rp 5,65 Triliun	Rp 6,48 Triliun	Rp 7,78 Triliun
STRATEGI		INISIATIF		
Nilai Ekonomi dan Sosial untuk Indonesia		Restrukturisasi Keuangan EBITDA, Debt (Interest Bearing), NOCF, Net Profit		
		Perluasan distribusi domestik dengan UMKM		
		Offtake dengan BUMN lain di kluster pangan		
Inovasi Model Bisnis		Memastikan pemindahan kapabilitas perdagangan dari Nusindo ke PPI		
		Pengembangan bisnis terintegrasi dalam bidang logistik/perdagangan		
Kepemimpinan Teknologi		Konsolidasi dan digitalisasi jaringan supply chain pangan		
		Pertahankan bisnis logistik non-pangan saat ini		
Peningkatan Investasi		Optimalisasi/Pemanfaatan Aset		
Pengembangan Talenta		Kolaborasi dengan Lembaga Penelitian		
		Pengembangan Talenta untuk BOD-1 dan Milenial		

Deskripsi setiap tujuan tahapan (*Description of each stages objectives*)

Arah pengembangan atau sasaran perusahaan diselaraskan terhadap visi misi RPJMN 2020-2024 dengan memperkuat peran perusahaan sebagai trader dan distributor dengan manajemen *supply chain (end to end services)* yang didukung keuangan yang sehat, saluran penjualan dalam negeri dan luar negeri.

1. Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas
 - a. Mendukung program ketahanan pangan (ketersediaan, keterjangkauan, dan kualitas) di Indonesia yang mengedepankan kesetaraan harga antar wilayah
 - b. Mendukung pertumbuhan produksi nasional melalui ketersediaan bahan baku
 - c. Mendukung program pemerintah dalam meningkatkan ekspor
2. Mengembangkan Wilayah untuk Mengurangi Kesenjangan
 - a. Memperluas wilayah penjualan perusahaan hingga ke pedesaan yang mengedepankan kesetaraan harga
 - b. Melakukan cross-selling dari produsen yang ada di wilayah penjualan, sehingga mendukung UMKM
3. Meningkatkan Sumber Daya Manusia yang Berkualitas dan Berdaya Saing
 - a. Meningkatkan potensi UMKM di daerah dengan membuka aksesibilitas terhadap pasar
4. Revolusi Mental dan Pembangunan Kebudayaan
 - a. Memicu daya saing masyarakat untuk berproduksi dan berusaha
5. Memperkuat Infrastruktur untuk Mendukung Pengembangan Ekonomi & Pelayanan Dasar
 - a. Membangun rantai pasok melalui pembangunan infrastruktur penunjang penjualan yang terintegrasi IT
6. Membangun Lingkungan Hidup, Meningkatkan Ketahanan Bencana dan Perubahan Iklim
 - a. Membangun infrastruktur penunjang untuk menjaga stabilitas pasokan dan mendukung Pemerintah dalam penyaluran bantuan
7. Memperkuat Stabilitas Polikultural dan Transformasi Pelayanan Publik
 - a. Mengembangkan kecukupan pangan untuk memastikan keberlangsungan hukum dan ketertiba



Untuk mencapai sasaran, perusahaan harus memiliki formulasi strategi, core competencies sebagai kebijakan, dan program yang akan dijadikan acuan dalam setiap pengambilan keputusan manajemen yang bertujuan meningkatkan persaingan global. Adapun fokus sasaran, strategi utama, dan core competencies sebagai kebijakan strategis PT PPI (Persero) tahun 2020 – 2024: Untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing kegiatan usaha PT PPI (Persero), maka membutuhkan core competencies sebagai kebijakan untuk memperkuat identitas perusahaan di industri perdagangan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Core Competencies sebagai Kebijakan Strategis PT PPI (Persero) Tahun 2020 – 2024

No.	Core Competencies	Action
1	Kapabilitas Finansial	PPI memperoleh <i>working capital</i> bisnis perusahaan dalam rangka mendukung kegiatan operasional perusahaan
2	Sistem Informasi	PPI mengumpulkan, memproses, menyimpan hingga menganalisis informasi sebagai acuan untuk pengambilan keputusan dalam menjalankan kegiatan bisnis perusahaan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.
3	Kapabilitas Rantai Pasok	PPI memiliki jaringan infrastruktur dan sistem pengelolaan yang mendukung terwujudnya rantai pasok yang tepat waktu, tepat sasaran, tepat kualitas, tepat kuantitas dengan mengedepankan efisiensi biaya
4	Kompetensi Sumber Daya	PPI meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, dari sisi teknis, konseptual, dan emosional, dalam mendukung kegiatan bisnis perusahaan.
5	Kapasitas Perdagangan	PPI menentukan peluang pangsa pasar, strategi penetrasi pasar sampai pengembangan pasar dan metrik dari informasi pemasaran dan analisis pasar yang sesuai dengan keadaan pasar saat ini. PPI memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan dengan cara mengumpulkan informasi-informasi dari pelanggan yang berkaitan dengan produk yang dibeli (harga, kualitas, pengiriman) dan pelayanan yang diberikan.
6	Perluasan <i>Distribution Channel</i>	PPI perlu memperkuat saluran penjualan untuk memudahkan pelanggan mendapatkan produk

Peta jalan strategi perusahaan (Road map of firms strategies)

Inisiatif Strategis	Aktivitas	2020	2021	2022	2023	2024
(A5.1) Restrukturisasi Keuangan EBITDA, Debt (Interest Bearing), NOCF, Net Profit	Restrukturisasi Utang	Pengajuan PMN Non Tunai	Restrukturisasi Utang kepada Pemerintah melalui PMN Non Tunai (debt to asset swap)	Implementasi Supply Chain Financing	Implementasi Supply Chain Financing	Implementasi Supply Chain Financing
	Efisiensi HPP dan beban usaha	Restrukturisasi HPP dan biaya usaha melalui Analisa cost volume profit	Implementasi restrukturisasi HPP dan biaya usaha	Implementasi BCP dan Profit Planning	Implementasi BCP dan Profit Planning	Implementasi BCP dan Profit Planning
	Business Continuity Plan dan Profit Planning	Penyiapan dan Implementasi awal Business Continuity Plan dan Profit Planning Perusahaan	Implementasi BCP dan Profit Planning			
(A5.2) Perluasan distribusi domestik dengan UMKM	Mengembangkan saluran perdagangan domestik yang mendukung aspek komersialisasi dan sosial ekonomi masyarakat daerah	Penyempurnaan infrastruktur pendukung Toko Grosir Desa	Penyempurnaan infrastruktur pendukung Toko Grosir Desa	Penyempurnaan infrastruktur pendukung Toko Grosir Desa	Penyempurnaan infrastruktur pendukung Toko Grosir Desa	Penyempurnaan infrastruktur pendukung Toko Grosir Desa
		Pengembangan wilayah Toko Grosir Desa di Jawa Barat & Jawa Tengah	Perluasan wilayah Toko Grosir Desa ke Jawa Timur	Perluasan wilayah Toko Grosir Desa ke Kalimantan	Perluasan wilayah Toko Grosir Desa ke Sulawesi	Perluasan wilayah Toko Grosir Desa ke Sumatera
		Penambahan Toko Grosir Desa 520 titik (A5.2)	Penambahan Toko Grosir Desa 520 titik (A5.2)	Penambahan Toko Grosir Desa 840 titik (A5.2)	Penambahan Toko Grosir Desa 1.200 titik (A5.2)	Penambahan Toko Grosir Desa 600 titik (A5.2)
(A5.3) Offtake dengan BUMN lain di klaster pangan	Melakukan offtake produk pangan dari BUMN cluster, dengan dukungan skema	Pemetaan saluran penjualan dan distribusi milik cluster pangan untuk digabungkan dengan dalam system manajemen mitra usaha PPI (C5.6)	Inkubasi saluran penjualan dan distribusi (mitra usaha PPI) (C5.6)	Optimalisasi saluran penjualan dan distribusi (mitra usaha PPI) (C5.6)	Ekspansi saluran penjualan dan distribusi (mitra usaha PPI) di dalam negeri (C5.6)	Ekspansi saluran distribusi cluster pangan ke pasar internasional (C5.6)

inisiatif Strategis	Aktivitas	2020	2021	2022	2023	2024
	Supply Chain Financing	Pemetaan seluruh komoditi cluster pangan yang akan disalurkan melalui saluran distribusi PPI (C5.6)	Inkubasi seluruh komoditi cluster pangan yang disalurkan melalui saluran distribusi PPI (C5.6)	Penambahan varian dan brand produk cluster pangan yang disalurkan kepada mitra usaha PPI (C5.6) Optimalisasi jumlah komoditi cluster pangan yang disalurkan melalui saluran distribusi PPI (C5.6)	Penambahan varian dan brand produk cluster pangan yang disalurkan kepada mitra usaha PPI (C5.6) Optimalisasi jumlah komoditi cluster pangan yang disalurkan melalui saluran distribusi PPI (C5.6)	Penambahan varian dan brand produk cluster pangan yang disalurkan kepada mitra usaha PPI (C5.6) Optimalisasi jumlah komoditi cluster pangan yang disalurkan melalui saluran distribusi PPI (C5.6)
		Menjalin Kerjasama dengan Himbara terkait pembiayaan modal kerja (Supply Chain Financing) dan implementasi awal	Implementasi Supply Chain Financing	Cost competitiveness continuous improvement	Cost competitiveness continuous improvement	Cost competitiveness continuous improvement
(B5.4) Memastikan pemindahan kapabilitas perdagangan dari RNI (PT Rajawali Nusindo ke PPI)	Persiapan dalam melakukan akuisisi bisnis milik Nusindo ke PPI (Farmasi Alkes, FMCG, Agro)	Kajian Proses Merger : BGR-PPI (B5.4)	Implementasi New Core Value (B5.4)	Implementasi New Core Value (B5.4)		
			Kajian proses perpindahan kapasitas perdagangan dari Nusindo ke PPI	Perpindahan kapasitas perdagangan dari Nusindo ke PPI (B5.4) Stage 1: Perpindahan bisnis <i>selected commodities</i> dari Nusindo ke PPI (B5.4)	Perpindahan kapasitas perdagangan dari Nusindo ke PPI (B5.4) Stage 2: Perpindahan bisnis <i>selected commodities</i> dari Nusindo ke PPI (B5.4)	Perpindahan kapasitas perdagangan dari Nusindo ke PPI (B5.4) Stage 3: Perpindahan bisnis <i>selected commodities</i> dari Nusindo ke PPI (B5.4)
(B5.5) Pengembangan bisnis terintegrasi dalam bidang logistik / perdagangan	Perancangan posisi infrastruktur penunjang perdagangan bersama BUMN logistik	Pemetaan Hub & Spoke milik PPI dan BGR untuk mendukung saluran distribusi (B5.5, C5.6)	Inkubasi Hub & Spoke milik PPI dan BGR untuk mendukung saluran distribusi (B5.5, C5.6)	Optimalisasi Hub & Spoke milik PPI dan BGR untuk mendukung saluran distribusi (B5.5, C5.6)	Ekspansi Hub & Spoke milik PPI dan BGR untuk mendukung saluran distribusi penjualan dalam negeri (B5.5, C5.6)	Ekspansi saluran Hub & Spoke milik PPI dan BGR untuk mendukung saluran distribusi penjualan di luar negeri (B5.5, C5.6)
					Perancangan infrastruktur penunjang saluran distribusi luar negeri (B5.5, C5.6)	

Inisiatif Strategis	Aktivitas	2020	2021	2022	2023	2024
	Penguatan kapasitas PPI sebagai distributor, melalui peningkatan infrastruktur pendukung dan standarisasi mutu Pengembangan saluran perdagangan PPI secara online/offline dalam dan luar negeri	Revitalisasi <i>hub stockpoints</i> (B5.4, B5.5, C5.6, D5.8)	Revitalisasi <i>hub stockpoints</i> (B5.4, B5.5, C5.6, D5.8)	Pengembangan <i>hub stockpoints</i> (B5.4, B5.5, C5.6, D5.8)	Pengembangan <i>hub stockpoints</i> (B5.4, B5.5, C5.6, D5.8)	Pengembangan <i>hub stockpoints</i> (B5.4, B5.5, C5.6, D5.8)
		Revitalisasi <i>spoke stockpoints</i> (B5.4, B5.5, C5.6, D5.8)	Revitalisasi <i>spoke stockpoints</i> (B5.4, B5.5, C5.6, D5.8)	Pengembangan <i>spoke stockpoints</i> (B5.4, B5.5, C5.6, D5.8)	Pengembangan <i>spoke stockpoints</i> (B5.4, B5.5, C5.6, D5.8)	Pengembangan <i>spoke stockpoints</i> (B5.4, B5.5, C5.6, D5.8)
		Sertifikasi dan Implementasi ISO 9001 (Sistem Manajemen) (B5.4, B5.5)	Sertifikasi dan Implementasi 14001, 18001, HACCP (B5.5)	Sertifikasi dan Implementasi 9001, 14001, 18001, HACCP (B5.5)	Sertifikasi dan Implementasi 9001, 14001, 18001, HACCP (B5.5)	Sertifikasi dan Implementasi 9001, 14001, 18001, HACCP (B5.5)
		Penambahan Representatif Office di 3 Negara (B5.5)	Penambahan Representatif Office di 3 Negara (B5.5)	Penambahan Representatif Office di 2 Negara (B5.5)	Penambahan Representatif Office di 2 Negara (B5.5)	Penambahan Representatif Office di 2 Negara (B5.5)
	Penetrasi pasar produk Consumer Goods dengan program pemasaran yang menarik pelanggan retail	Perancangan metode penjualan berbasis ecommerce (B5.5)	Optimalisasi penjualan berbasis ecommerce (B5.5)	Implementasi e-commerce II (C5.6)	Optimalisasi system IT ecommerce (C5.6)	Updating system penjualan ecommerce (B5.5)
		Membangun Kerjasama kedistributoran dengan Perusahaan pensuplai Consumer Goods berskala Nasional	Menambah Kerjasama kedistributoran dengan perusahaan pensuplai Consumer Goods.	Menambah Kerjasama kedistributoran dengan perusahaan pensuplai Consumer Goods.	Menambah Kerjasama kedistributoran dengan perusahaan pensuplai Consumer Goods.	Menambah Kerjasama kedistributoran dengan perusahaan pensuplai Consumer Goods.
		Pemeliharaan dan Pembinaan Nasabah Retail	Peningkatan Kerjasama penjualan dengan nasabah Distributor sampai End user Pemeliharaan dan Pembinaan Nasabah Retail	Peningkatan Kerjasama penjualan dengan nasabah Distributor sampai End user Penambahan penjualan kepada Toko Retail	Peningkatan Kerjasama penjualan dengan nasabah Distributor sampai End user Pemeliharaan dan Pembinaan Nasabah Retail	Peningkatan Kerjasama penjualan dengan nasabah Distributor sampai End user Pemeliharaan dan Pembinaan Nasabah Retail
		Menjalin Kerjasama suplai dengan Petani setempat	Menjalin Kerjasama suplai dengan Petani setempat	Menjalin Kerjasama suplai dengan Petani setempat	Menjalin Kerjasama suplai dengan Petani setempat	Menjalin Kerjasama suplai dengan Petani setempat
	Peningkatan penjualan Hasil Perkebunan (Kopi, Kelapa , Rempah , etc) dengan	Menjalin Kerjasama suplai dengan Petani setempat	Memberikan pelatihan dan pembinaan kepada mitra Petani	Memberikan pelatihan dan pembinaan kepada mitra Petani	Memberikan pelatihan dan pembinaan kepada mitra Petani	Memberikan pelatihan dan pembinaan kepada mitra Petani

Inisiatif Strategis	Aktivitas	2020	2021	2022	2023	2024
	menambah strategic partner baru	Melakukan penjualan produk secara domestik dan ekspor	Melakukan penjualan produk secara domestik dan ekspor	Melakukan penjualan produk secara domestik dan ekspor	Melakukan penjualan produk secara domestik dan ekspor	Melakukan penjualan produk secara domestik dan ekspor
	Peningkatan promosi dan penetrasi pasar <i>niche market</i> untuk Bahan Pokok Lain (Tepung, Gula, Bawang, Gula, etc)	Kerjasama Pengadaan barang komoditi pangan lainnya baik secara Impor maupun pembelian lokal melalui Kerjasama penyerapan dengan petani	Kerjasama Pengadaan barang komoditi pangan lainnya baik secara Impor maupun pembelian Lokal	Kerjasama Pengadaan barang komoditi pangan lainnya baik secara Impor maupun pembelian Lokal	Kerjasama Pengadaan barang komoditi pangan lainnya baik secara Impor maupun pembelian Lokal	Kerjasama Pengadaan barang komoditi pangan lainnya baik secara Impor maupun pembelian Lokal
		Pembinaan Nasabah produk konsumsi	Pembinaan Nasabah produk konsumsi dan Peningkatan penjualan secara Retail	Pembinaan Nasabah produk konsumsi dan Peningkatan penjualan secara Retail	Pembinaan Nasabah produk konsumsi dan Peningkatan penjualan secara Retail	Pembinaan Nasabah produk konsumsi dan Peningkatan penjualan secara Retail
			Menjadi supplier kebutuhan pangan konsumen perusahaan dan instansi	Menjadi supplier kebutuhan pangan konsumen perusahaan dan instansi	Menjadi supplier kebutuhan pangan konsumen perusahaan dan instansi	Menjadi supplier kebutuhan pangan konsumen perusahaan dan instansi
	Agen pelaksana stabilisasi pangan	Optimalisasi penugasan stabilisasi pangan (B5.5)				
(C5.6) Konsolidasi dan digitalisasi jaringan supply chain pangan	Digitalisasi proses bisnis <i>from order to payment (Market Analytics, Business Intelligence, & Salesforce)</i>	Pemetaan kebutuhan IT bersama BGR untuk mendukung bisnis perdagangan dan e-commerce (C5.6)	Inkubasi sistem IT bersama BGR Tahap I untuk mendukung bisnis perdagangan dan e-commerce (C5.6)	Inkubasi sistem IT bersama BGR Tahap II untuk mendukung bisnis perdagangan dan e-commerce (C5.6)	Inkubasi sistem IT bersama BGR Tahap III untuk mendukung bisnis perdagangan dan e-commerce (C5.6)	Penguatan sistem IT bersama BGR untuk mendukung bisnis perdagangan dan e-commerce (C5.6)
		Implementasi ERP I & II (C5.6)	Pengembangan ERP support (C5.6)	Penguatan system ERP (C5.6)	Penguatan system ERP (C5.6)	Penguatan system ERP (C5.6)
		Implementasi aplikasi sales force (C5.6)		Update aplikasi sales force (C5.6)		
		Penguatan sistem Market Analytics, & Business Intelligence	Penguatan sistem Market Analytics, & Business Intelligence	Support IT (hardware) Development	Support IT (hardware) Development	Support IT (hardware) Development

Inisiatif Strategis	Aktivitas	2020	2021	2022	2023	2024
	Penambahan jumlah pelanggan yang bersifat rutin		Penguatan downline pelanggan industri (B5.5)	Penambahan jumlah pelanggan industri (B5.5)	Penambahan jumlah pelanggan industri (B5.5)	Penambahan jumlah pelanggan industri (B5.5)
(C5.7) Pertahankan bisnis logistik non-pangan saat ini	Pupuk dan Saproten	Pemeliharaan dan pembinaan Mitra Gapoktan	Penambahan Wilayah kedistributoran dan memperkuat jaringan penjualan (downline) pupuk hingga 10% dari total jaringan sebelumnya.	Penambahan Wilayah kedistributoran dan memperkuat jaringan penjualan (downline) pupuk hingga 10% dari total jaringan sebelumnya.	Penambahan Wilayah kedistributoran dan memperkuat jaringan penjualan (downline) pupuk hingga 10% dari total jaringan sebelumnya.	Penambahan Wilayah kedistributoran dan memperkuat jaringan penjualan (downline) pupuk hingga 10% dari total jaringan sebelumnya.
		Pengembangan produk, produksi, dan metode promosi penjualan produk Pestisida	Pengembangan produk, produksi, dan metode promosi penjualan produk Pestisida	Pengembangan produk, produksi, dan metode promosi penjualan produk Pestisida	Pengembangan produk, produksi, dan metode promosi penjualan produk Pestisida	Pengembangan produk, produksi, dan metode promosi penjualan produk Pestisida
		Memperkuat jaringan penjualan Pupuk dan Saproten	Penetapan product bundling meliputi pupuk, pestisida, benih dan alat pertanian yang akan didistribusikan kepada downline PPI	Variasi product bundling meliputi pupuk, pestisida, benih dan alat pertanian yang akan didistribusikan kepada downline PPI	Variasi product bundling meliputi pupuk, pestisida, benih dan alat pertanian yang akan didistribusikan kepada downline PPI	Variasi product bundling meliputi pupuk, pestisida, benih dan alat pertanian yang akan didistribusikan kepada downline PPI
	Bahan Kimia Berbahaya	Memperkuat posisi PT PPI sebagai importir terdaftar B2 melalui peraturan yang berlaku				
		Pemeliharaan dan pembinaan kepada rekan bisnis B2 (Penambahan 2 distributor terdaftar B2)	Menambah Kerjasama Kedistributoran dengan DT B2 di Indonesia (penambahan 3 DTB2)	Menambah Kerjasama Kedistributoran dengan DT B2 di Indonesia (penambahan 2 DTB2)	Menambah Kerjasama Kedistributoran dengan DT B2 di Indonesia (penambahan 2 DTB2)	Menambah Kerjasama Kedistributoran dengan DT B2 di Indonesia (penambahan 2 DTB2)
		Penambahan Varian Produk B2 yang diimpor	Supply B2 untuk kebutuhan BUMN	Menambah Kerjasama kedistributoran dengan PT B2 di Indonesia Menjadi sole agent produk B2	Menambah Kerjasama kedistributoran dengan PT B2 di Indonesia Menambah jumlah prinsipal sole agent	Menambah Kerjasama kedistributoran dengan PT B2 di Indonesia Menambah jumlah prinsipal sole agent

Inisiatif Strategis	Aktivitas	2020	2021	2022	2023	2024
		Pengaktifan PPI Industri sebagai DT B2 untuk menjangkau End User	Pengoperasian penuh PPI Industri sebagai DT B2 untuk menjangkau End User	Penguatan PPI Industri sebagai DT B2 untuk menjangkau End User	Pengoperasian penuh PPI Industri sebagai DT B2 untuk menjangkau End User	Pengoperasian penuh PPI Industri sebagai DT B2 untuk menjangkau End User
				Mengembangkan pasar baru untuk produk B2	Mengembangkan pasar baru untuk produk B2	Mengembangkan pasar baru untuk produk B2
	Farmasi dan Alat alat Kesehatan	PPI menjadi distributor MJB, Satoria, dan Widatra di 26 cabang dan peningkatan penjualan produk e-katalog farmasi dan peningkatan kerjasama dengan RSUD di seluruh daerah di Indonesia	PPI menjadi distributor MJB, Satoria, Widatra, dan Otsuka di 32 cabang			
		Penyiapan infrastruktur cold chain dan sertifikasi CCP (Farmasi) (C5.7)	Pengembangan <i>hub & spoke stockpoint</i> Farmasi (B5.4, C5.7) yang menjangkau wilayah Indonesia bagian timur	Pengembangan <i>hub & spoke stockpoint</i> Farmasi (B5.4, C5.7) yang menjangkau wilayah Indonesia bagian tengah Membangun integrated SCM farmasi dengan penambahan hub Gudang stock point bekerjasama dengan industri farmasi di Makassar dan Indonesia bagian timur sebagai penyuplai cairan infus dengan market share 25% secara nasional	Pengembangan <i>spoke stockpoint</i> Farmasi (B5.4, C5.7) yang menjangkau wilayah Sumatera dan Indonesia bagian barat Membangun integrated SCM farmasi dengan penambahan hub Gudangstock point bekerjasama dengan industri farmasi di Palembang dan Jakarta sebagai penyuplai cairan infus dengan market share 35% secara nasional	Membangun integrated SCM farmasi dengan penambahan hub Gudang stock point bekerjasama dengan industri farmasi di Medan dan Surabaya sebagai penyuplai cairan infus dengan market share 45% secara nasional
		Market share nasional penjualan cairan infus tercapai 3% -5%	Perluasan jaringan penjualan infus dengan market share 15%			
			Persiapan <i>hub stockpoint</i> alat kesehatan di seluruh cabang PPI (B5.4, C5.7)			

Inisiatif Strategis	Aktivitas	2020	2021	2022	2023	2024
	Material Project (Semen, Besi , Aspal , Etc)	Penambahan varian penjualan produk Alat Kesehatan dalam penjualan kepada Rumah Sakit Mengikuti Tender sebagai distributor kebutuhan Material Project dalam Proyek Proyek Nasional	Expand 4 cabang melakukan penjualan Alkes Menjalin Kerjasama dengan BUMN Karya untuk menjadi supplier tetap kebutuhan material Project Mengikuti Tender sebagai distributor kebutuhan Material Project dalam Proyek Proyek Nasional Menjadi Distributor atas komoditi Semen (Semen Indonesia) dan Aspal (PT Pertamina)	Expand seluruh cabang melakukan penjualan Alkes Menjalin Kerjasama dengan BUMN Karya untuk menjadi supplier tetap kebutuhan material Project Mengikuti Tender sebagai distributor kebutuhan Material Project dalam Proyek Proyek Nasional Menjadi Distributor atas komoditi Semen (Semen Indonesia) dan Aspal (PT Pertamina)	Menjalin Kerjasama dengan BUMN Karya untuk menjadi supplier tetap kebutuhan material Project Mengikuti Tender sebagai distributor kebutuhan Material Project dalam Proyek Proyek Nasional Menjadi Distributor atas komoditi Semen (Semen Indonesia) dan Aspal (PT Pertamina)	Menjalin Kerjasama dengan BUMN Karya untuk menjadi supplier tetap kebutuhan material Project Mengikuti Tender sebagai distributor kebutuhan Material Project dalam Proyek Proyek Nasional Menjadi Distributor atas komoditi Semen (Semen Indonesia) dan Aspal (PT Pertamina)
(D5.8) Optimalisasi / Pemanfaatan Aset	Optimalisasi dan Utilisasi Aset	Sertifikasi dan Pengamanan Aset	Sertifikasi dan Pengamanan Aset	Sertifikasi dan Pengamanan Aset	Sertifikasi dan Pengamanan Aset	Sertifikasi dan Pengamanan Aset
		Optimalisasi 2 Titik Aset (D5.8)	Optimalisasi 3 Titik Aset (D5.8)	Optimalisasi 4 Titik Aset (D5.8)	Optimalisasi 5 Titik Aset (D5.8)	Optimalisasi 5 Titik Aset (D5.8)
				Penguatan Portofolio Properti (D5.8)	Penguatan Portofolio Properti (D5.8)	Penguatan Portofolio Properti (D5.8)
(E5.9) Kolaborasi dengan Lembaga Penelitian	Pengembangan bisnis perusahaan melalui kerjasama dengan lembaga riset	Market research dan market analysis untuk market dan produk PT. PPI (E5.9)	Riset atas market demand (luar negeri) dan sumber pasokan	Riset pengembangan produk yang dibutuhkan oleh pasar	Riset penguatan brand produk yang dibutuhkan oleh pasar	Riset kontinuitas bisnis perusahaan
		Riset tentang pemetaan lokasi strategis gudang hub dan gudang spoke			Riset ekspansi bisnis perusahaan	
(E6.9) Pengembangan Talenta untuk	Restrukturisasi Organisasi & SDM	Peningkatan produktifitas pegawai	Program Employee Value Proposition Digitalisasi Performance Management System	Digitalisasi seluruh pelayanan SDM	Meningkatkan produktivitas karyawan	Meningkatkan produktivitas karyawan
BOD-1 dan Milenial	Mengembangkan talent pool dan generasi milenial untuk mahir dalam business strategy, technology breakthrough dan social innovation	Pengembangan Talent Pool BOD-1 (E5.10)	Pemetaan Talent, Pemetaan Kompetensi sesuai Standart di kluster pangan (E5.10)	Global talent : Employee echange PPI ke Kluster Pangan (9 orang) (E5.10)	Global talent : melaksanakan employee exchange PPI ke dalam 1 kluster pangan (18 orang) (E5.10)	Global talent : melaksanakan employee exchange PPI ke dalam 1 kluster pangan (36 orang) (E5.10)
		Pengembangan Talent Milenial (E5.10)				

Pernyataan strategis tentang berbagai tujuan tertentu (*Strategic statements on various specific objectives*)

Tujuan perusahaan lima tahun ke depan adalah melaksanakan serta menunjang program pemerintah di bidang pangan nasional, dengan cara pengembangan yang terintegrasi sebagai nilai tambah, perusahaan juga akan mengembangkan infrastruktur dan fasilitas pendukung sehingga dapat tercipta sebuah ekosistem industri yang maju dan berorientasi pada masa depan. Dalam kurun waktu 5 tahun ke depan, PT PPI (Persero) akan menjadi “Flagship Trading Company of Indonesia” di mata para stakeholder. Sebagai bagian dari BUMN Klaster Pangan maka PT PPI (Persero) akan menciptakan ekosistem bisnis yang berkolaborasi dengan instansi Pemerintah, Swasta, UMKM dan pelaku usaha mandiri di hulu untuk melakukan penyerapan hasil-hasil produk dari produsen dan/atau membangun saluran penjualan-distribusi agar hasil produk dapat diterima dengan kualitas yang baik dan harga yang kompetitif di masyarakat.

Strategi PT PPI (Persero) 2020-2024 diselaraskan terhadap Visi BUMN Klaster Pangan yaitu Menjadi perusahaan produksi pangan terbaik nasional pada tahun 2024 dan pengeksport teratas makanan premium. Dengan demikian fokus utama PT PPI (Persero) adalah meningkatkan kapabilitas perdagangan dengan tema strategi: a) *Economic and Social Value for Indonesia*, b) *Business Model Innovation*, c) *Technology Leadership*, d) *Energize Investment* dan e) *Unleash Talent*, yang dikaitkan terhadap strategi inisiatif atau strategi utama.

Informasi strategi pengembangan organisasi (*Organizational development strategies information*)

Strategi Organisasi merupakan hal yang mendasar yang perlu segera diimplementasikan yaitu sebagai berikut:

1. Pembentukan struktur organisasi yang lincah (*organization agile*) dan berdasarkan fungsi serta jenis komoditi;
2. Perbaikan persebaran demografi karyawan baik sebaran rasio bidang pekerjaan komersial dan non komersial menjadi 70% : 30% di tahun 2020 dari kondisi saat ini (55% : 45%);
3. Komposisi milenial sebesar lebih dari 50%.

Informasi strategi pengembangan pribadi (*Personal development strategies information*)

1. Strategi Pengembangan Talenta

Strategi untuk mengembangkan talenta di Perseroan akan dilakukan sebagai berikut:

- a. Menciptakan program talent pool untuk level BOD-1 dan milenial sebesar 10% dari jumlah SDM di levelnya);
- b. Memberikan program dan edukasi dengan meningkatkan keterlibatan karyawan dalam setiap proses pencapaian tujuan Perusahaan (*employee engagement*) melalui program *Employee Value Proposition* (EVP);
- c. Penyesuaian *core competency* SDM di bidang trading;
- d. Pembangunan nilai-nilai budaya *new core values* AKHLAK sejak dari proses perekrutan, pelatihan dan pengembangan dengan berbasis kepada kompetensi, digitalisasi pengelolaan kinerja karyawan (*digital performance management*) dan melakukan pelatihan yang bersertifikasi (*certified training*).

2. Strategi Pengelolaan Penghargaan

Strategi pengelolaan penghargaan akan dilakukan dengan menerapkan reward management berbasis kinerja baik dari sistem remunerasi, program rotasi dan promosi.

3. Pengelolaan dan Pengembangan SDM

Langkah awal untuk menjaga standar kompetensi SDM yang akan bergabung di Perseroan dilakukan dengan sentralisasi rekrutmen bekerjasama dengan beberapa lembaga antara lain Forum Human Capital Indonesia (FHCI), lembaga asesmen dan bidang medis untuk kesehatannya.

Dalam proses rekrutmen tersebut, beberapa kriteria kompetensi yang harus dimiliki SDM di Perseroan dengan core business trading sebagai berikut:

- a. *Soft Competency*, antara lain:
 - 1) Kompetensi yang fokus kepada pelanggan;
 - 2) Kompetensi pemahaman dan komunikasi bisnis;
 - 3) Kompetensi marketing.
- b. *Technical Competency*, antara lain:
 - 1) Kompetensi teknis ekspor dan impor;
 - 2) Kompetensi teknis bidang *supply chain financial dan supply chain management*.
- c. *Leadership Competency*, antara lain:

- 1) Kompetensi supervisor, manajerial dan digital *leadership*
- 2) Kompetensi kepatuhan (GCG, anti suap, kinerja unggul).

Penerapan strategi tujuan (*Application of objectives strategies*)

1. Tahun 2020: Fase Konsolidasi

Dalam fase konsolidasi PT PPI melakukan pemetaan pasar untuk membangun kompetensi bisnis inti sebagai trader dan pemetaan Hub & Spoke milik PPI dan BGR untuk mendukung saluran distribusi. Fase ini merupakan masa untuk mempersiapkan infrastruktur, re-organisasi internal perusahaan dan memulai implementasi ERP tahap pertama.

2. Tahun 2021: Fase Penguatan

Fase penguatan merupakan masa dimana perusahaan berupaya meningkatkan kinerja yang telah dilakukan pada Fase Konsolidasi. Strategi yang akan dilakukan dalam fase ini yaitu melakukan inkubasi saluran penjualan, distribusi dan komoditas klaster pangan. PPI juga akan melakukan restrukturisasi hutang dan revitalisasi Hub DC dan Spoke DC serta mulai melakukan program employee Value Proposition.

3. Tahun 2022: Fase Pertumbuhan

Fase pertumbuhan adalah fase PPI memperluas bisnis inti dengan melakukan optimalisasi saluran penjualan dan distribusi, mengoptimalisasi aset – aset yang dimiliki, memperkuat portofolio property, dan memperluas wilayah penjualan. Dalam fase ini PPI memanfaatkan teknologi terkini sehingga seluruh pelayanan SDM akan dilakukan secara digital serta implementasi ERP akan berada pada tahap ketiga.

4. Tahun 2023: Fase Penguasaan

Strategi yang akan dilakukan PPI dalam fase penguasaan adalah merencanakan ekspansi saluran penjualan dan distribusi di dalam dan luar negeri. Pada fase ini PPI akan melaksanakan employee exchange sebanyak 18 orang pegawai ke dalam klaster pangan. Brand produk dari kluster pangan yang disalurkan kepada mitra usaha juga akan lebih bervariasi.

5. Tahun 2024: Fase Ekspansi

Fase ekspansi yang dimaksud adalah peningkatan skala usaha yang dilakukan PPI dalam memperluas jaringan distribusi dan penjualan. PPI akan memperbanyak mitra usaha dengan menambah jumlah distributor dan wilayah distribusi hingga ke pasar internasional. PPI juga akan melakukan penguatan sistem IT bersama BGR untuk mendukung saluran distribusi di luar negeri

Evaluasi strategi perusahaan (*Evaluation of firms strategies*)

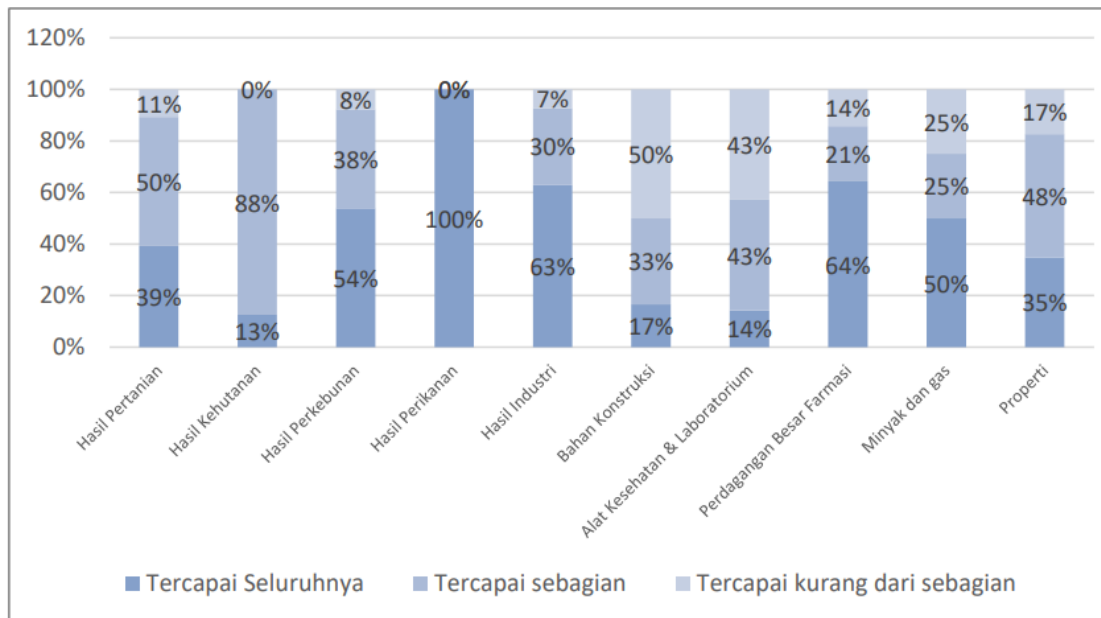
Selama periode Tahun 2015 hingga 2019, PT PPI (Persero) sudah menyelesaikan sejumlah program kerja yang telah direncanakan dalam RKAP Tahunan. Berikut ini merupakan rangkuman program kerja yang sudah diselesaikan setiap tahunnya.

Evaluasi Pencapaian Program Kerja PT PPI (Persero) Tahun 2015 - 2019

Tahun	Program Kerja yang sudah tercapai
2015	• Melakukan Sinergi BUMN untuk produk Pupuk dan Pestisida • Peningkatan kerjasama BUMN Karya di tingkat Nasional • Peningkatan produksi Transamin merk PPI dan merk OTC lain • Status kedistributoran produk Biofarma • Optimalisasi Aset Tanah dan Bangunan melalui persewaan gedung dan Kerjasama pengembangan aset dengan peruntukan apartemen, gedung perkantoran ataupun tempat perbelanjaan.
2016	• Mempersiapkan dukungan untuk keperluan kegiatan ekspor dan impor • Pengembangan bahan berbahaya baru minimal sebanyak 2 item • Menjalin komunikasi antar distributor semen dan mencapai kesepakatan harga jual untuk menjaga stabilitas harga • Penambahan pengadaan produk Bio Farma Tender dan Reguler • Melakukan kerjasama menyewa untuk 15 lokasi baru
2017	• Pembentukan tim ekspor PPI dan Graha Ekspor PPI • Memperluas wilayah pemasaran ke Indonesia timur untuk daging & sembako

	• Menambah jenis komoditas (pakan ternak, cabe, carica, benih bawang merah) • Melakukan kerjasama dengan total kurang lebih 2.300 retailer di pasar tradisional di 32 cabang • Perumusan ketentuan dan prosedur terkait optimalisasi aset dan pembentukan tim aset
2018	• Pelaksanaan Ekspor Handycraft, Minyak Atsiri, Ekspor Furniture (Wood and Rattan) • Penambahan varian Kopi Covare dan pengembangan pemasaran kopi Covare • Peningkatan pangsa pasar melalui penambahan DT-B2, PT-B2 dan PA-B2 (Perkebunan, Pertambangan, dll) Produk Bahan Kimia Berbahaya • Pengembangan bisnis daging olahan • Melakukan produksi massal minyak goreng merek PPI kemasan 1 dan 2 liter • Pengadaan Infrastruktur Farmasi • Mempeluas Distribution Channel dengan membuka sejumlah outlet BUMN Shop bekerja sama dengan BUMDes • Promosi dan peningkatan pendapatan persewaan aset Tanah dan Bangunan minimal 20% dari realisasi tahun 2017
2019	• Memperluas segmentasi pasar beras ke retail dan berbagai konsumen akhir (katering, warung, UMKM) • Pelaksanaan ekspor kopi • Meningkatkan pendapatan lain-lain (kertas, pakan ternak, telur dan bahan pokok lainnya) sebesar 153% • Penambahan varian produk farmasi dan alat kesehatan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan • Menyelesaikan perizinan Transamin Injeksi (BPOM) • Pengelolaan aset yang idle, aset terkomersialisasi, dan aset yang potensial

Tingkat Pencapaian Target Pendapatan per Kelompok Produk periode 2015 – 2019 (dalam prosentase), dapat digambarkan sebagai berikut:



Grafik 2.8 Persentase Pencapaian Program Kerja per Kelompok Produk Tahun 2015 – 2019

Referensi:

Rencana Jangka Panjang Perusahaan (RJPP) Tahun 2020-2024 PT Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero). (https://www.ptppi.co.id/.../RJPP_2020_-_2024_PPI.pdf)