

**Road Map Model Strategis Manajemen SDM di Industri PT.
Paragaon Technology and Innovation**



Disusun Oleh :

Isnaini Nuraisyah

19808141108

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

2019



1. Profil Perusahaan PT. Paragon Technology and Innovation

PT. Paragon Technology and Innovation atau yang dikenal dengan PT PTI didirikan pada tanggal 28 Februari 1985 dengan nama awal PT. Pusaka Tradisi Ibu. PT PTI yang baru berganti nama pada tahun 2011 sendiri merupakan salah satu perusahaan besar di Indonesia yang bergerak di bidang kosmetik. PT Pusaka Tradisi Ibu awalnya hanya memproduksi perawatan rambut dengan nama Putri yang ditujukan untuk salon-salon. Perkembangan produknya mengalami peningkatan yang cukup pesat hingga akhirnya pada tahun 1990 PT Pusaka Tradisi Ibu mendirikan pabrik produksi di Kawasan Industri Cibodas Tangerang untuk menambah kapasitas produksi.

Awal tahun 1995, PT Pusaka Tradisi Ibu mulai memproduksi brand Wardah. Namun, belum bisa berjalan secara baik karena manajemen yang kurang baik. Kemudian PT Pusaka Tradisi Ibu mencoba kembali mengembangkan Wardah pada tahun 1996 dan mulai memasuki pasar tata rias (decorative). Masuk pada masa krisis ekonomi 1998, PTI mengambil reaksi cepat dalam menyikapi krisis tersebut. Pada tahun 1999-2003, penjualan merk Wardah mengalami peningkatan yang pesat dan pada tahun 1999 PTI juga meraih sertifikat Halal dari LPPOM MUI dengan produk Wardah sebagai pelopor brand Halal di Indonesia. Pada tahun 2002-2003, PTI mulai memodernisasi perusahaan yang memerlukan perubahan dari segi internal. Kemudian pada tahun 2005, PTI sudah menerapkan Good Manufacturing Practice (GMP) dan Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB). Sampai saat ini, PTI sudah memiliki 26 Distribution Centre (DC) hampir diseluruh wilayah Indonesia dan juga memiliki DC di Malaysia.

Dengan prinsip “One Day Service”, kini PTI telah mengembangkan lebih dari 4.000 outlet dan memiliki personel lebih dari 7.500 orang yang tersebar di seluruh Indonesia. Selain itu, PTI juga telah mendapatkan Good Manufacturing Practice (GMP) dan Halal Assurance System (HAS) dengan kapasitas produksi mencapai 80 juta pcs/tahun. Memiliki pengalaman berkembang lebih dari 32 tahun, PTI juga meluncurkan beberapa brand unggulan seperti Wardah, Make Over, Putri, IX, dan Emina yang telah diperhitungkan dalam taraf nasional maupun internasional. Sebagai salah satu perusahaan manufaktur kosmetik nasional terbesar di Indonesia, PT PTI juga telah memproduksi lebih dari 95 juta produk personal care dan make up setiap tahunnya. Dan memasuki tahun 2016, PT PTI mendirikan perusahaan logistik bernama PT Parama Global Inspira yang berfokus dalam menangani pendistribusian produk ke para konsumen

2. Peta Strategi Jangka Panjang

Visi PT Paragon Technology and Innovation

Visi PT PTI yaitu, “Menjadi perusahaan yang berkomitmen untuk memiliki pengelolaan terbaik dan berkembang terus-menerus dengan bersama-sama menjadikan hari ini lebih baik dari hari kemarin melalui produk berkualitas yang memberikan manfaat bagi Paragonian, mitra, masyarakat, dan lingkungan.”

Maksud dan Tujuan dari Visi Tersebut adalah :

- Perusahaan berusaha untuk terus mencoba menciptakan produk baru yang dibutuhkan oleh masyarakat.
- Perusahaan tidak hanya berfokus di satu bidang saja dan mampu untuk menghadapi tantangan dan peluang yang ada dengan mengembangkan produknya di bidang lain tidak hanya kosmetik saja.
- Tidak hanya mengutamakan kerja keras tetapi juga bekerja smart, artinya bekerja secara pintar agar lebih efektif menggunakan waktunya dengan baik dan tepat.
- Berintrospeksi terhadap kesalahan dan kekurangan kemarin dan bekerja lebih baik lagi di hari esok agar tidak mengecewakan pelanggan.

Misi PT Paragon Technology and Innovation

- Mengembangkan Paragonian

Kami terus belajar dan mengembangkan Paragonian yang kompeten dengan keunggulan kompetitif

- Menciptakan Kebaikan untuk Pelanggan

Kami mendengarkan kebutuhan pelanggan dan menciptakan produk di luar ekspektasi pelanggan

- Perbaikan terus-menerus

Kami terus berinovasi dalam setiap proses untuk meningkatkan kualitas produk kami

- Tumbuh bersama

Kami bekerja sama dengan mitra bisnis untuk saling menguntungkan

- Melestarikan Bumi

Kami mencoba yang terbaik untuk melindungi bumi secara berkelanjutan karena bumi menyediakan semua yang kami butuhkan untuk hidup.

- Mendukung Pendidikan dan Kesehatan Bangsa

Kami mendukung pengembangan generasi baru melalui pengembangan sumber daya manusia yang berilmu, berpengalaman dan sehat

- Mengembangkan Bisnis

Kami memperluas jangkauan produk, layanan kami melalui ekspansi bisnis.

Our Core Values PT Paragon Technology and Innovation

- Kepercayaan terhadap Tuhan

Paragonian percaya pada keberadaan dan kekuatan Tuhan

- Peduli

Paragonian menjunjung tinggi nilai kebersamaan dan kasih sayang

- Kerendahan hati

Paragonian menyadari bahwa setiap orang memiliki kekuatan dan kelemahan

- Tanggung Jawab

Patagonian menjalani kehidupan dengan kegembiraan dan kemauan yang besar

- Inovasi

Paragonian selalu mengembangkan hal-hal baru dan lebih baik untuk memenuhi dan melampaui harapan pelanggan

3. Peta Jalan Strategi Perusahaan

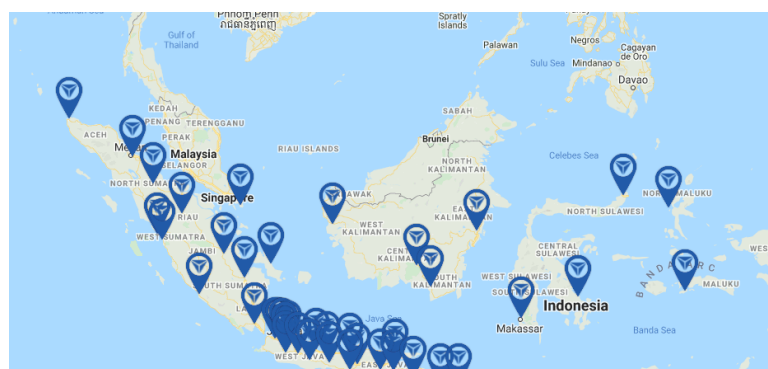
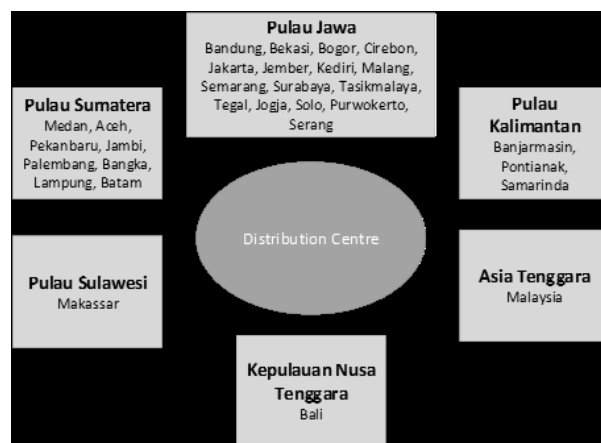
Pada tahun 1995, PTI meluncurkan produk terbarunya kosmetika kecantikan berlabel halal dengan merk Wardah. Namun, belum bisa berjalan dengan baik dikarenakan rekanan manajemen yang kurang baik. PTI kembali mencoba mengembangkan Wardah pada tahun 1996 dengan tetap bekerja sama dengan agen dalam pemasarannya. Sejak itu penjualannya mulai menanjak dan PT Pusaka Tradisi Ibu memasuki pasar tata rias (decorative). Ketika krisis ekonomi 1998, banyak perusahaan sejenis yang tutup. Daya beli masyarakat anjlok sementara harga bahan baku naik sampai empat kali lipat. PTI mengambil reaksi cepat menyikapi krisis tersebut di saat pesaing-pesaing lain tidak berproduksi. Setelah melewati masa krisis selama empat bulan, PTI justru mengembangkan pasar. Ide untuk membuat kosmetik khusus untuk komunitas muslimah baru muncul sepuluh tahun kemudian. Munculnya produk ini didasari atas kesadaran pemilik perusahaan terkait produk kosmetik yang mengandung bahan-bahan tidak sesuai dengan syariat Islam. Berawal dari kekhawatiran produk yang telah ada mengandung unsur yang diharamkan dalam syariah. Sehingga alumnus farmasi ITB Bandung itu memilih nama “Wardah” (arti: bunga mawar) untuk nama merk kosmetik barunya. Setelah produk Wardah sukses, diluncurkanlah merk kedua “Zahra”. Dan masih ada beberapa merk lagi yang akan diluncurkan, seperti Fadhila, Muntaz dan Kamila.

Pada tahun 1999-2003 penjualan merk Wardah pada masa tersebut melonjak pesat. Pabrik lain di Kawasan Industri Jatake Tangerang didirikan dan mulai beroperasi pada tahun 2001. PTI mulai memodernisasi perusahaan pada tahun 2002-2003. Perusahaan ini mulai masuk ke pasar umum yang memerlukan perubahan dari segi internal. Selain itu, juga melalui program promosi dan membina tim promosi.

Pada tahun 2005, PT Pusaka Tradisi Ibu sudah menerapkan Good Manufacturing Practice (GMP) dan Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB). Sampai sekarang, di Indonesia baru 80 pabrik dari keseluruhan 760 pabrik yang sudah menerapkan CPKB. Selain itu, PTI menjadi percontohan pelaksanaan CPKB untuk industri kosmetika yang lainnya. PTI sampai dengan saat ini sudah memiliki 26 Distribution Centre (DC) hampir di seluruh wilayah Indonesia. Saat ini perusahaan ini telah memiliki DC di Malaysia.

Terlihat melejit sejak lima tahun terakhir, Wardah berkembang menjadi salah satu merek kosmetik terbesar di Indonesia. Tahun lalu, PT Paragon Technology & Innovation (perusahaan holding yang menaungi Pusaka Tradisi Ibu) mengklaim kinerja produknya mampu melampaui merek Martina Berto, dengan pertumbuhan bisnis mencapai 50%. Kepada Majalah SWA bulan lalu, Wardah berhasil meraih market share kira-kira 30%. Marketing Manager Wardah Beauty Salman Subakat mengatakan 300 varian produk kosmetiknya yang beredar di pasaran saat ini telah diterima dengan baik oleh masyarakat. Bahkan pihaknya bangga karena menjadi perusahaan kosmetik asli dalam negeri yang mampu menjadi kompetitor produk asing.

Pada tahap ini pembeli memiliki kekuatan besar, dan pembeli bisa secara tiba-tiba switching (beralih) ke produk kompetitor dan mengacuhkan Wardah. Salah satu faktor switching adalah kekecewaan pembeli terhadap produk Wardah. Untuk itu, diperlukan layanan konsumen untuk mengantisipasi hal tersebut. Dalam hal ini Wardah membuka layanan konsultasi pelanggan di situs Wardah. Dalam mengantisipasi ancaman produk substitusi Wardah Kosmetika selalu meng up to date teknologi, yang mana konsumen biasanya selalu manja dan tidak senang dengan hal-hal yang rumit, disinilah Wardah Kosmetika selalu memadukan teknologi terbaru dalam produk dengan keinginan pasar saat ini, sehingga produk pengganti yang melengkapi kekurangan dapat diminimalisir.



1985 (PT Pusaka Tradisi Ibu didirikan dengan `Putri` sebagai merek pionirnya dengan tagline `Salon's Best Choice`) —————> 1995 (Peluncuran brand Wardah Cosmetics) —————> 1999 (Pabrik Paragon mendapatkan sertifikasi Halal dari LPPOM UI, dengan `Wardah` sebagai pionir merek Halal di Indonesia, dan mendapatkan

penghargaan dari World Halal Council) —————> 2006 (Paragon bersertifikat GMP (Good Manufacturing Product) atau CPKB (Cara Permbuatan Kosmetika yang Baik))
—————> 2010 (Launching of Make Over brand) —————> 2011 (PT Pusaka Tradisi
Ibu berubah nama menjadi PT Paragon Technology and Innovation) —————>
2015 (Peluncuran merek Emina) —————> 2020 (Peluncuran merek Kahf)

4. Pernyataan Strategis tentang berbagai tujuan tertentu

Strategi yang dilakukan oleh PT Paragon Technology and Innovation adalah dengan melakukan Inovasi perusahaan menghargai setiap inisiatif dan proses yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah dan dampak yang lebih besar. Beberapa dari kita mungkin berpikir bahwa inovasi harus menjadi sesuatu yang menerobos dan mengubah dunia secara instan, dan pola pikir ini membuat kita enggan untuk memulai atau merasa tidak mampu berinovasi.

Berbeda dengan pola pikir para karyawan atau orang dibalik suksesnya PT Paragon Technology and Innovation. Bagi Paragon, setiap tindakan kecil yang bertujuan untuk membuat perubahan menjadi lebih baik adalah sebuah inovasi, karena setiap langkah kecil akan membuat perubahan besar jika dilakukan secara konsisten. Inovasi dimulai dari pola pikir yang diterjemahkan menjadi tindakan dan akan memberikan kebaikan yang lebih besar bagi lingkungan kita.

Di tengah perkembangan industri manufaktur yang memasuki era Industri 4.0, salah satu perusahaan Indonesia yang bergerak di industri manufaktur yaitu Paragon Technology and Innovation (PTI), sedang merencanakan perkembangan industrinya melalui pemanfaatan teknologi terkini (seperti AI, IoT, dan Big Data) guna mengefisiensi proses bisnis dan meningkatkan daya saing.

Untuk diketahui, PTI sendiri merupakan perusahaan manufaktur di bidang kosmetik yang telah menciptakan brand-brand seperti Wardah, Make Over, Emina, IX, Putri, dan Kahf.

Dalam webinar InfoKomputer TechGathering yang digelar Kamis (12/11), Dwiwahyu Haryo Suryo, EVP & Chief Supply Chain Officer di PTI, mengatakan bahwa Industri 4.0 dengan mengadopsi teknologi terkini menjadi penting bagi PTI lantaran adanya kompleksitas tersendiri dalam hal operasional yang dihadapi perusahaan tersebut.

“Kompleksitas yang kita hadapi di industri kosmetik, kita harus terhubung dengan ribuan SKU yang kita punya yang saat ini ada lebih dari 1.400. Kemudian, jumlah Raw Material yang lebih dari 1.100 dan Packaging Items yang kita tangani juga cukup kompleks sampai lebih dari 4.000. Dalam waktu yang sama, kita juga harus me-manage network dari lebih 300 supplier baik level global dan juga lokal. Kita sendiri sekarang sudah memiliki sekitar 40 DCs di seluruh Indonesia dan ada satu di Malaysia,” jelas Dwi.

Tidak hanya itu, kompleksitas lainnya ada di area omni channel distributions. Hal itu lantaran semakin menjamurnya online store yang saat ini menjadi pilihan banyak masyarakat untuk membeli produk, tidak hanya melalui offline store.

Menjawab kompleksitas tersebut, hal yang PTI lakukan adalah menajamkan kembali proses bisnis di Sales & Operation Planning (S&OP). “Tema yang kita ambil untuk S&OP adalah “To live and to grow with complexity,” karena kompleksitas adalah alasan kita bisa bertumbuh,” cetus Dwi.

Dalam hal tersebut, Dwi menjelaskan bahwa fokus utama yang ingin dicapai adalah menyelaraskan demand anticipation, sehingga PTI bisa memiliki orkestrasi yang flawless dengan para supplier-nya, pabriknya, logistik, dan distribusi. Sehingga, perencanaan cash management bisa berlangsung sesuai dengan perencanaan perusahaan.

Kompleksitas ini sendiri juga dijawab dengan melibatkan cost functional improvement dan juga cost functional commitment yang kuncinya harus dibuat simpel, di mana ada campur tangan dari proses digital seperti AI dan IoT.

“Nah, dengan IoT yang kita harapkan sebenarnya apa sih? Adalah interkoneksi sebenarnya. Mulai dari perencanaan kita di up stream sampai juga nanti secara product flow dari supplier ke pabrik Paragon kemudian ke Parama distribution (anak perusahaan PTI yang me-manage distribusi), lalu sampai ke customer dan akhirnya ke end consumer. Dan juga memastikan input balik dari consumer bisa kita cerna, nah ini masalah big data management. Karena source-nya bisa bermacam-macam itu bisa terolah dengan baik dan akhirnya bisa memberikan inovasi kita ke depan sebagai competitive advantage memenangkan persaingan di pasaran yang tidak mudah,” papar Dwi.

Kembali dijelaskan Dwi, menurutnya tantangan terbesar di supply chain management ada tiga kelompok besar. Yang pertama, bagaimana perusahaan memastikan omni channel ada di heart of corporate strategy.

“Apalagi dengan pandemi ini kita juga melihat perkembangan e-commerce, tidak hanya di Paragon tapi juga perusahaan lain mencermati high double-digit growth untuk channel di e-commerce. Kita sendiri tahun lalu baru menyediakan tiga sentra e-commerce, dan kita sudah gerak cepat di mana tahun ini sudah bangun 40 sentra e-commerce di seluruh Indonesia,” ucap Dwi.

Selanjutnya yang kedua adalah menyelaraskan IT investment dan juga membangun kultur big data di perusahaan. Sedangkan yang ketiga, perusahaan harus bisa dengan sukses melakukan balance antara efficiency vs agility vs resilience.

Sejak tahun 2018, PTI mengaku sudah melakukan perencanaan lima tahun ke depan dengan progress yang dilakukan cukup cepat. “Dan di 2020 ini sebenarnya adalah salah satu transisi yang sebagai titik awal kita melakukan akselerasi untuk Industri 4.0 di mana big data, kemudian AI sudah mulai kita canangkan,” ujar Dwi.

Nantinya, dari tahun 2020 menuju tahun 2022, perencanaan yang akan dilakukan PTI di antaranya big data management, learning operations – AI embedded, automation & robotics as relevant.

Untuk mempermulus jalannya perencanaan tersebut, PTI menerapkan konsep 3 P + D. 3 P terdiri dari Production System Design, Product Design, dan People. Sedangkan D mewakili dari Good Data.

“Pertama Production System Design, karena kami adalah perusahaan yang sangat kental dengan inovasi, jadi produk design ke depan perlu di mapping dengan baik. Jangan sampai kita menyempurnakan packing line kita, misalnya, tapi kita tahu bahwa peralatan di line tersebut akan diganti dua tahun lagi karena inovasinya akan berbeda,” tutur Dwi.

Kemudian, Product Design yang terkait dengan peralatan. Sedangkan yang ketiga yakni People yang menjadi salah satu perhatian penting perusahaan.

“Terkait People, kalau kita tidak hati-hati dalam penyampaian atau komunikasinya, membuat mereka misalnya beranggapan bahwa Industri 4.0 bisa menghilangkan pekerjaan mereka. Jadi tentunya people mapping dari skill dan kompetensi ini perlu diperhatikan dengan seksama. Kemudian organization design-nya, karena biar bagaimana pun skill set yang dibutuhkan akan berbeda di mana ada tipe pekerjaan yang barang kali menghilang tapi ada pekerjaan baru yang bermunculan sejalan dengan implementasi dari teknologi seperti IoT,” kata Dwi.

Terakhir adalah Good Data. Jadi, ini adalah suatu peluang untuk perusahaan benar-benar melakukan screening mana saja data yang dibutuhkan dan mana saja data yang tidak dibutuhkan.

Selain menerapkan 3 P + D, ada hal lain yang juga tak kalah penting di perhatikan perusahaan, yaitu terkait business cases. “Karena biar bagaimana pun perusahaan akan melihat investment return. Sehingga, kalau kita sudah melakukan exercise di area 3 P + D, mengemas dalam satu journey yang bisa dipahami dan eksekusi dengan convincing business case yang utamanya kita bisa meng-secure top management commitment, maka journey kita akan bisa berjalan dengan baik,” ungkap Dwi.

Lebih lanjut, setelah hampir tiga tahun menerapkan konsep tersebut PTI sudah melakukan banyak exercise terutama di people competence, business process, dan product design.

“Kita sudah mengeliminasi banyak hal di area people atau manual operation, utamanya Excel yang kita pindah ke sistem. Kemudian implementasi dari MRP, end-to-end process dan product traceability. Di area IoT, kita juga step up termasuk di QSHE dan manufacturing performance. Dan akhir november ini, mudah-mudahan kita sudah integrasi S&OP, supply planning dan distribution tools, sehingga kita bisa memprediksi dengan lebih baik di down stream untuk proses perencanaan ke depan,” jelas Dwi.

Sedangkan target untuk dua tahun ke depannya, dengan berlandaskan konsep tadi PTI akan melakukan beberapa hal yang di antaranya membangun data-driven culture untuk meningkatkan business intelligence, mengeksplorasi kapabilitas prediktif melalui teknologi AI, meningkatkan biaya untuk daya saing lewat adopsi robotic dan automation, serta melakukan integrasi supplier dan customer.

5. Strategi Pengembangan Organisasi

Kami berkomitmen untuk terus berkembang dan memberikan manfaat melalui karya terbaik Indonesia untuk Indonesia. PT Paragon Technology and Innovation dibangun dengan keyakinan pada semangat anak muda untuk saling terbuka dan membangun setiap proses. Paragon memberikan kebebasan berkreasi dengan mendorong setiap elemen untuk memberikan performa terbaik dengan penuh tanggung jawab. Seiring dengan jiwa kolaborasi dan eksplorasi, Paragon berkomitmen untuk terus berkembang dan memberikan manfaat melalui karya terbaik Indonesia untuk Indonesia.

Di Paragon, kami memiliki berbagai peluang karir untuk mahasiswa tingkat akhir, lulusan baru, atau bahkan profesional. Dengan semangat memberikan manfaat yang lebih besar bagi Paragon, mitra, komunitas, dan lingkungan, kami mengundang Anda untuk menjadi bagian dari Paragon. Jika Anda termasuk orang yang gesit yang menyukai tantangan, dan memiliki

niat untuk memberikan manfaat lebih bagi negara ini, Paragon adalah tempat yang tepat untuk Anda berkembang.

Sama seperti halnya para perusahaan lain, PT Paragon Technology and Innovation juga mengembangkan strategi untuk mengembangkan perusahaan salah satunya dengan CSR. Yang mana PT Paragon Technology and Innovation melakukan beberapa CSR.

a. Pilar Pendidikan

Pendidikan merupakan fondasi pembangunan sebuah bangsa. Wardah berkomitmen untuk turut memajukan pendidikan di Indonesia melalui program-program seperti pelatihan guru, pemberian beasiswa, parenting, perbaikan sarana-prasarana, hingga pengembangan leadership.

b. Pilar Kesehatan

Kesehatan adalah awal penting dari kesejahteraan masyarakat suatu bangsa. Peningkatan kualitas kesehatan menjadi salah satu komitmen yang terus diupayakan oleh Wardah bersama organisasi-organisasi di bidang kesehatan, terutama yang berkaitan dengan perempuan dan anak.

c. Pilar Pemberdayaan Perempuan

Perempuan pada dasarnya telah berdaya, Wardah berkomitmen untuk mengembangkan kapasitas dan keterampilan perempuan di Indonesia untuk lebih berdaya bersama-sama. Agar tumbuh jiwa womenpreneur yang dapat menunjang peningkatan kualitas hidup.

d. Pilar Lingkungan

Dalam menjalankan komitmen memelihara bumi, Wardah berupaya menggandeng organisasi di bidang lingkungan dan melibatkan masyarakat umum untuk pengadaan air bersih, pengolahan limbah dan pelestarian lingkungan.

Revolusi Industri 4.0 yang sedang digalakkan Pemerintah Republik Indonesia rupanya selaras dengan arah gerak PT. Paragon Technology and Innovation. Menurut Paragon, sebagai salah satu perusahaan lokal yang dipercaya masyarakat, Paragon memiliki kewajiban untuk ikut serta, mengajak, dan memberi pengaruh agar perusahaan anak bangsa lainnya terlibat dalam memajukan industri Indonesia.

"Kami diajak oleh Pemerintah agar terlibat lebih jauh dalam melaksanakan Revolusi Industri 4.0 di Indonesia", ujar Salman Subakat CMO PT.Paragon Technology and Innovation.

Beberapa kegiatan yang berhasil dilaksanakan seperti, memberikan seminar mengenai seluk beluk PT.Paragon bersamaan dengan pengenalan terhadap produknya kepada sekolah-sekolah dan komunitas sehingga dapat meningkatkan pengetahuan serta ketertarikan mendalami dunia kosmetik maupun bekerja sama dengan PT Paragon Technology and Innovation. Ke depannya, dengan dukungan penuh dari PT Paragon Technology and Innovation akan ada lebih banyak hal baru yang dapat ditawarkan kepada masyarakat melalui kegiatan semacam ini.

6. Strategi Perkembangan Pribadi

PT PTI merupakan salah satu perusahaan manufaktur besar yang ada di Indonesia. Oleh sebab itu, PT PTI membuat 3 bagian departemen untuk memudahkan karyawan dalam mengerjakan tugasnya dan agar karyawan bekerja secara tersusun. Tiga departemen tersebut, yaitu :

1. HO atau Head Office (Kantor Pusat)

Head Office (HO) atau kantor utama PT. Paragon Technology and Innovation (PT.PTI) berlokasi di wilayah Ulujami, Jakarta Selatan. HO Paragon mengakomodasi kegiatan yang berkaitan dengan perkantoran seperti bagian keuangan, kepegawaian, dsb. HO juga memiliki 10 sub departemen yang dimaksudkan untuk memudahkan karyawan dalam bekerja secara teratur dan terorganisir sehingga diharapkan karyawan dapat bekerja secara maksimal.

57

2. Plant (Pabrik)

Pada departemen ini terdapat aktivitas produksi, logistik, dan segala hal terkait manufaktur dan dilakukan di pabrik yang berlokasi di Jatake, Tangerang. Saat ini, pabrik PTI memiliki kapasitas produksi mencapai lebih dari 80 juta pcs/tahun.

3. DC atau Distribution Center (Distribusi Pusat)

DC (Distribution Center) berfungsi untuk mendistribusikan setiap produk dari NDC (National Distribution Center) agar terjangkau oleh konsumen. Fungsi DC antara lain : Distribution, Human Capital Area, Marketing, Sales.Paragon memiliki 29 DC yang tersebar di seluruh Indonesia, 1 DC di Malaysia, dan masih akan terus bertambah seiring dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat terhadap produk. Alamat kantor Distribusi Center Semarang berada di Jl. Sambiroto No. 12 Tembalang Semarang.Berikut ini adalah bagan Distribusi Center PT PTI

7. Penerapan Strategi Tujuan

Visi PT PTI yaitu, “Menjadi perusahaan yang berkomitmen untuk memiliki pengelolaan terbaik dan berkembang terus-menerus dengan bersama-sama menjadikan hari ini lebih baik dari hari kemarin melalui produk berkualitas yang memberikan manfaat bagi Paragonian, mitra, masyarakat, dan lingkungan.” Yang mana didukung dengan adanya visi dan company value yang dijadikan patokan untuk PT Paragon Technology and Innovation bekerja dan berkarya.

1. Komoditas Perusahaan di PT Paragon Technology & Innovation adalah berupa :

- o Sediaan Toiletries, Yang termasuk kosmetika jenis ini adalah shampoo, sabun, conditioner, hair spray, pewarna rambut,deodorant, pengeriting atau pelurus rambut.

- o Sediaan Skin Care

Skin care adalah kosmetika pemeliharaan dan perawatan kulit yang terdiri dari pembersih, pelembab, pelindung, masker dan lain - lain.

Ø Kosmetik Wangi-wangian(fragrance)

Contoh kosmetik jenis ini adalah parfum, cologne, bath powder, dan pewangi mulut

2. Penanganan Quality Qontrol di PT Paragon Technology & Innovation

Bagian Pengendalian Mutu (Quality Control) Bagian Pengendalian Mutu(Quality Control) merupakan bagian yang sangat penting bagi perusahaan yang selalu mengedepankan mutu produknya. Hal ini juga dijalankan oleh PT Paragon Technology & Innovationpada bagian

Pengendalian Mutu. Pengendalian dan pengawasan mutu dilakukan mulai dari bahan baku sampai produk selesai diproduksi.

Pengawasan mutu untuk bahan baku dilakukan ketika bahan baku datang dan juga pada saat bahan baku ditimbang, pengawasan ini ditujukan untuk memastikan kesesuaian jenis dan kesesuaian bahan baku dengan formulanya pada batch record. Setelah produk ruahan selesai diolah, personil pengendalian mutu juga ikut mengawasi dengan tujuan untuk memastikan parameter fisik produk yang meliputi warna, bau, pH, serta parameter fisik yang lain. Pemeriksaan kesesuaian produk setelah melewati proses pengisian dan pengemasan dilakukan oleh QC finished goods dan QC mikro. Untuk memastikan produk sudah diproduksi dengan baik dan dapat dipasarkan.

Pengecekan fisik produk kembali dilakukan setelah masa penyimpanan. Untuk setiap batch produksi, dilakukan pengambilan sampel yang dicek stabilitasnya secara berkala. Uji stabilitas dilakukan terhadap retaining sample. Retaining sample yaitu sampel pembandingan analisa bila dikemudian hari terdapat pengaduan kerusakan produk dari konsumen.

Perusahaan akan bertanggung jawab bila pada analisa juga ditemukan kerusakan pada retaining sample. Pengujiannya dilakukan setiap 3 bulan sekali pada tahun pertama dan setiap 6 bulan sekali pada tahun kedua. Pada tahun ketiga dan seterusnya, pengujian dilakukan setahun sekali.

Jika hasil retaining sample ternyata masih dalam kondisi baik, hal itu menandakan kerusakan yang dilaporkan oleh konsumen bukan disebabkan oleh kesalahan produksi melainkan karena faktor lain, misalnya kondisi penyimpanan saat berada di konsumen itu sendiri maupun kerusakan selama proses distribusi. Retaining sample itu dapat disimpan selama tiga tahun sesuai dengan masa kadaluarsa produk kosmetika.

Bagian pengawasan mutu hendaknya ikut bertanggung jawab dalam menentukan pemasok yang mampu menyediakan bahan baku dan bahan pengemas yang memenuhi spesifikasi. Bagian pengawasan mutu, bagian pengolahan dan bagian pembelian hendaklah menilai kualifikasi teknis pemasok dengan tetap mengutamakan mutu. ini dilakukan Pengendalian & Pengawasan mutu mulai dari bahan baku sampai bahan pengemasan.

Pengemasan mutu untuk bahan baku dilakukan ketika bahan datang kemudian dilihat kesesuaian jenis & bahan apakah sesuai dengan formula yang tertera pada batch record atau belum, pengawasan ini dilakukan ketika bahan ditimbang. Dan ketika proses produksi berlangsung juga dilakukan pengawasan yang mengecek kesesuaian prosedur kerja & parameter fisik produk yang meliputi warna, bau dan pH.

Untuk setiap batch produksi, dilakukan pengambilan sampel yang dicek stabilitasnya secara berkala setiap hari untuk minggu pertama, kemudian setiap minggu selama 1 bulan, setiap bulan selama satu tahun dan setiap 1 tahun selama 3 tahun. Pengambilan sampel juga dilakukan pada produk jadi per batch untuk retaining sample yang berfungsi sebagai produk pembandingan bila dikemudian hari terdapat pengaduan kerusakan produk dari konsumen.

3. Produk hasil olah dan sasaran pemakai produk dari PT Paragon Technology and Innovation :

Produk Putri, Wardah, Make Over, Vivre, IX, dll. Dan sasaran pemakaiannya telah merambah didaerah lokal dan telah mencapai pasar Internasional.

Rencana utama pengembangan untuk PT Paragon Technology and Innovation Tahun 2020:

- Menyelaraskan Demand Anticipation
- Perusahaan memastikan omni channel ada di heart of corporate strategy.
- Menyelaraskan IT investment dan juga membangun kultur big data di perusahaan.
- People yang menjadi salah satu perhatian penting perusahaan

8. Evaluasi Strategi PT Paragon Technology and Innovation

- Dalam hal ini PT Paragon Technology and Innovation menjadi salah satu perusahaan terbesar mengelola kosmetik yang mana banyak digemari oleh para kaum wanita termasuk remaja. Inovasi yang dijalankan oleh perusahaan ini sangat baik
- Kualitas bagus dan inovasi yang lebih menarik minat para pembeli.
- PT Paragon Technology and Innovation memiliki banyak peluang yang man amejadikan perusahaan ini lebih berkreaitif lagi salah satunya dengan meluncurkan brand Kahf yaitu skincare untuk kaum adam..
- Dalam rencana pengembangan PT Paragon Technology and Innovation juga telah mempersiapkan nya dengan matang, hal tersebut dibuktikan dengan adanya gambar visi dan misi dari PT Paragon Technology and Innovation.

Referensi

<https://www.paragon-innovation.com/about-us>

<https://www.idntimes.com/business/economy/karl-gading-s/peta-baru-pt-paragon-technology-and-innovation-hadapi-tahun-2019-csc/3>

<https://puputfatimahmateriperkuliahan.blogspot.com/2016/12/analisis-perusahaan-pt-paragaon.html>

<https://infokomputer.grid.id/read/122426412/inilah-strategi-paragon-technology-dalam-memasuki-era-industri-40?page=all>