

ROAD MAP PT Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero)

Profil Perusahaan

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.

B. The Long Run Strategic Map

Secara garis besar Rencana Jangka Panjang Perusahaan (RJPP) PT Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero) tahun 2020 – 2024 berisikan hal-hal sebagai berikut :

1) Visi perusahaan, yaitu : “Menjadi Perusahaan Dagang yang Terpercaya, Terkemuka dan Mempunyai Akses Sumber Daya dan Jaringan Pemasaran di Dalam dan Luar Negeri.”

2) Misi yang diemban oleh perusahaan juga telah sesuai dengan masterplan Kluster Pangan serta memperhatikan kondisi objektif yang ada, maka misi perusahaan untuk 5 (lima) tahun ke depan adalah :

- a. Melakukan perdagangan umum dan khusus yang menangani beraneka ragam produk sejak dari hulu ke hilir secara komersial dan terukur;
- b. Melakukan transaksi perdagangan lokal maupun lintas negara;
- c. Melakukan produksi barang-barang yang mendukung perdagangan;
- d. Menjalin kemitraan dengan layanan yang terintegrasi dengan memanfaatkan jaringan dan sistem teknologi informasi yang handal;
- e. Meningkatkan kesejahteraan pegawai melalui produktivitas.

3) Tujuan perusahaan

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

C. Road Map of Firms Strategies



D. Strategic Statements on Various Specific Objectives

PT PPI (Persero) pada tahun 2020 – 2024 mendorong pemenuhan penerapan “Flagship Trading Company” 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.

E. Organizational Development Strategies Information

Arah pengembangan 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

- Mendukung program ketahanan pangan (ketersediaan, keterjangkauan, dan kualitas) di Indonesia yang mengedepankan kesetaraan harga antar wilayah
- Mendukung pertumbuhan produksi nasional melalui ketersediaan bahan baku
- Mendukung program pemerintah dalam meningkatkan ekspor

2. Mengembangkan Wilayah untuk Mengurangi Kesenjangan

- Memperluas wilayah penjualan perusahaan hingga ke pedesaan yang mengedepankan kesetaraan harga
- Melakukan cross-selling dari produsen yang ada di wilayah penjualan, sehingga mendukung UMKM

3. Meningkatkan Sumber Daya Manusia yang Berkualitas dan Berdaya Saing

- Meningkatkan potensi UMKM di daerah dengan membuka aksesibilitas terhadap pasar

4. Revolusi Mental dan Pembangunan Kebudayaan

- Memicu daya saing masyarakat untuk berproduksi dan berusaha

5. Memperkuat Infrastruktur untuk Mendukung Pengembangan Ekonomi & Pelayanan Dasar

- Membangun rantai pasok melalui pembangunan infrastruktur penunjang penjualan yang terintegrasi IT

6. Membangun Lingkungan Hidup, Meningkatkan Ketahanan Bencana dan Perubahan Iklim

- Membangun infrastruktur penunjang untuk menjaga stabilitas pasokan dan mendukung Pemerintah dalam penyaluran bantuan

7. Memperkuat Stabilitas Polikultural dan Transformasi Pelayanan Publik

- Mengembangkan kecukupan pangan untuk memastikan keberlangsungan hukum dan ketertiban

F. Personal Development Strategies Information

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:

1) Soft Competency, antara lain:

- (a) Kompetensi yang fokus kepada pelanggan;
- (b) Kompetensi pemahaman dan komunikasi bisnis;

(c) Kompetensi marketing.

2) Technical Competency, antara lain:

(a) Kompetensi teknis ekspor dan impor;

(b) Kompetensi teknis bidang supply chain financial dan supply chain management.

3) Leadership Competency, antara lain:

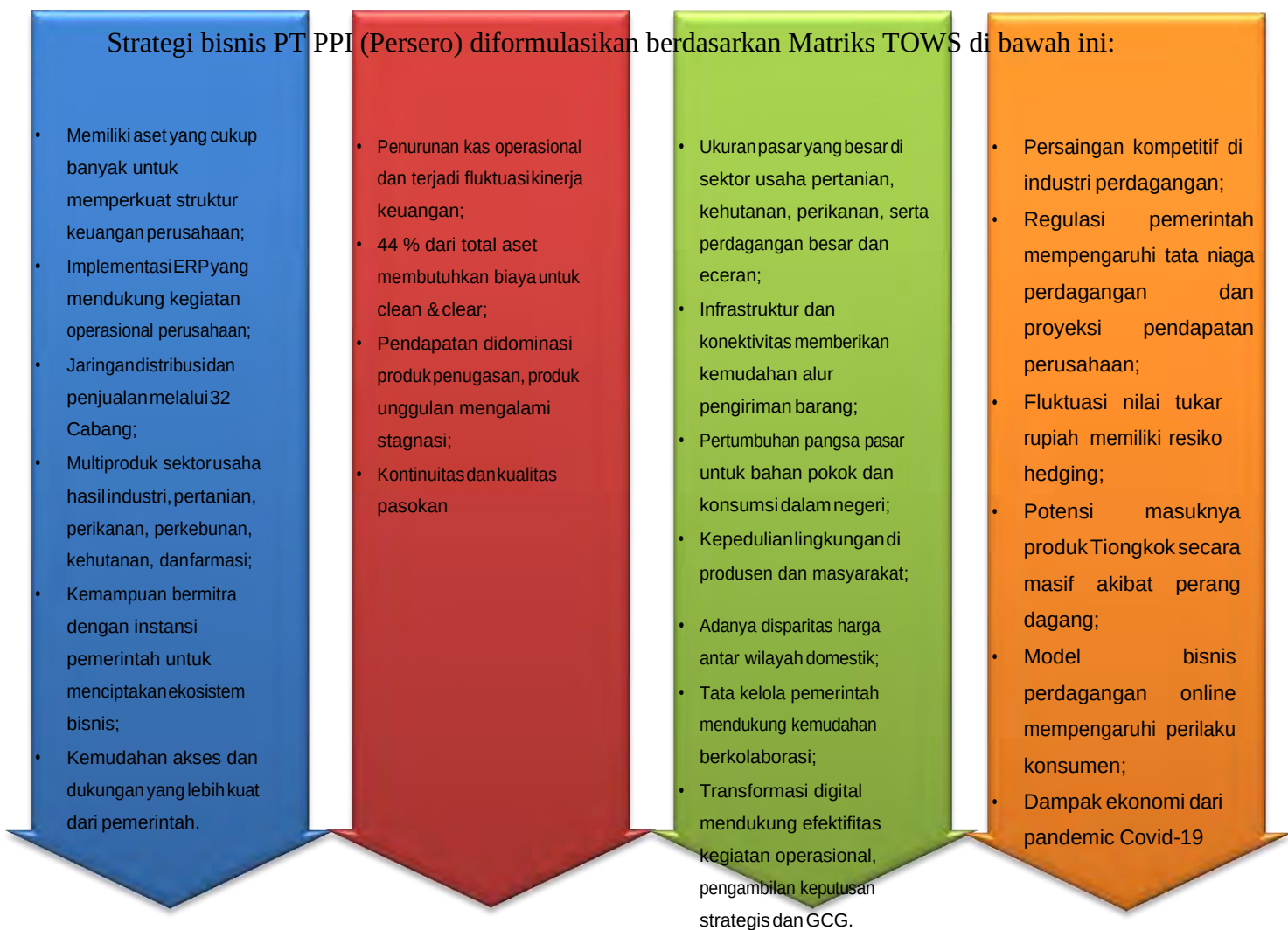
(a) Kompetensi supervisor, manajerial dan digital leadership;

(b) Kompetensi kepatuhan (GCG, anti suap, kinerja unggul).

Melalui strategi tersebut, diharapkan insan SDM di Perseroan menjadi : a. Lebih Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kolaboratif dalam melakukan aktivitas kerjanya dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan menjadi perusahaan dagang yg terpercaya dan terkemuka. b. Lebih mampu memberdayakan teknologi dalam beraktivitas

G. Application of Objectives Strategies

Strategi bisnis PT PPI (Persero) diformulasikan berdasarkan Matriks TOWS di bawah ini:



Strategi S-O (ATTACK)	Strategi W-O (REINFORCE)
1) Restrukturisasi struktur modal untuk menyehatkan kondisi keuangan perusahaan agar dapat melakukan akselerasi pertumbuhan bisnis. 2) Meningkatkan kas operasional dan kebutuhan modal kerja dapat terpenuhi dari aset sebagai collateral. 3) Optimalisasi fungsi ERP yang terintegrasi sebagai enabler untuk mendukung model operasional end- to- end.	1) Restrukturisasi keuangan untuk menyehatkan kondisi keuangan perusahaan agar dapat melakukan akselerasi pertumbuhan bisnis. 2) Memperkuat resources competencies perusahaan dengan tata kelola yang jelas dan tata laksana yang cepat sehingga komposisi pegawai didominasi fungsi komersial dan kebutuhan resources lebih terukur.

Strategi S-O (ATTACK)	Strategi W-O (REINFORCE)
--------------------------	-----------------------------

4) Restrukturisasi struktur modal untuk menyehatkan kondisi keuangan perusahaan agar dapat melakukan akselerasi pertumbuhan bisnis. 5) Meningkatkan kas operasional dan kebutuhan modal kerja dapat terpenuhi dari aset sebagai collateral. 6) Optimalisasi fungsi ERP yang terintegrasi sebagai enabler untuk mendukung model operasional end- to- end. 7) Optimalisasi fungsi cabang dalam penetrasi pasar. 8) Pengembangan produk/komoditi untuk sektor usaha hasil industri, pertanian, perikanan, perkebunan, bahan kimia berbahaya (B2) kehutanan, dan farmasi. 9) Menciptakan ekosistem bisnis dengan berkolaborasi dengan instansi pemerintah dan pihak swasta (BUMN sebagai agen pembangunan nasional) untuk mendapatkan product sourcing dan/atau menjadi bagian membangun saluran distribusi. 10) Membangun operational excellence melalui supply chain capabilities perusahaan untuk menjaga kepercayaan stakeholder, dan BUMN sebagai penciptaan nilai (peningkatan nilai ekspor dan mempersempit disparitas harga antar wilayah domestik).	3) Pengembangan bisnis dan produk/komoditi yang memprioritaskan sektor usaha yang selaras dengan strategi bisnis perusahaan dan memiliki peluang pangsa pasar yang lebih besar. 4) Restrukturisasi keuangan untuk menyehatkan kondisi keuangan perusahaan agar dapat melakukan akselerasi pertumbuhan bisnis. 5) Memperkuat resources competencies perusahaan dengan tata kelola yang jelas dan tata laksana yang cepat sehingga komposisi pegawai didominasi fungsi komersial dan kebutuhan resources lebih terukur. 6) Pengembangan bisnis dan produk/komoditi yang memprioritaskan sektor usaha yang selaras dengan strategi bisnis perusahaan dan memiliki peluang pangsa pasar yang lebih besar. 7) Fokus pada peningkatan service level untuk produk yang pangsa pasarnya telah baik.
---	--

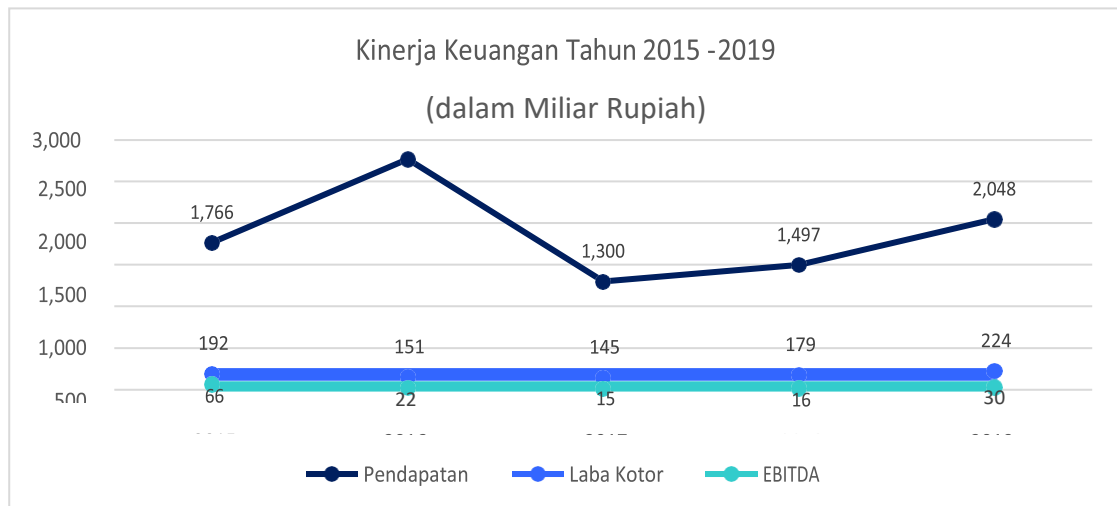
Strategi S-T (DEVELOP)	Strategi W-T (AVOID)
1) Membangun competitive advantage dengan kondisi keuangan perusahaan yang sehat dan penguatan brand corporate image. 2) Digitalisasi proses bisnis secara keseluruhan yang terintegrasi dengan sistem ERP untuk memperkuat kapabilitas internal perusahaan. 3) Membangun saluran penjualan online terhadap pengembangan produk unggul memprioritaskan sektor usaha yang selaras dengan strategi bisnis perusahaan.	1) Berfokus terhadap lini produk yang menghasilkan kontribusi margin yang signifikan. 2) Berfokus terhadap penguatan resources competencies perusahaan dengan tata kelola yang jelas dan tata laksana yang cepat. 3) Berfokus membangun saluran penjualan online terhadap pengembangan produk unggul memprioritaskan sektor usaha yang selaras dengan strategi bisnis perusahaan.

Dari strategi bisnis yang disusun kedalam Matriks TOWS, maka didapatkan strategi utama bisnis PT PPI (Persero):

1. Financial and Capital Restructuring: EBITDA, Debt (Interest Bearing), NOCF, Net Profit
2. Integrated business development in logistic/trading
3. Consolidating and digitalizing food supply chain network
4. Maintain current non food logistic business (BGR/PPI)
5. Asset optimization/utilization
6. Collaboration with Research Institute
7. Talent Development for BOD 1 and Millenials

H. Evaluation of Firms Strategies

Realisasi pelaksanaan RKAP Tahun 2015 – 2019 dapat dilihat dari kinerja keuangan khususnya pada perspektif pendapatan, laba kotor, dan EBITDA. Grafik di bawah ini menggambarkan pergerakan realisasi Pendapatan, Laba Kotor, dan EBITDA periode 2015 hingga 2019 dalam miliaran rupiah.



Grafik 2.1 Kinerja Keuangan Tahun 2015 – 2019

Pelaksanaan Strategi dan Kebijakan yang Telah Ditetapkan

Tabel 2.1 Hasil Evaluasi Program Strategis

No.	Sasaran Strategis	Penjelasan
1	Adanya kewajiban eks BPPN per akhir 2019 sebesar Rp 609,66 Miliar.	Atas Liabilitas tersebut, PT PPI (Persero) telah melakukan sejumlah langkah penyelesaian administratif sampai dengan tahap yang terakhir adalah dengan telah diterbitkannya Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor : 135/PMK.06/2018 tanggal 21 September 2018 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor : 71/PMK.06/2015 tentang Pengelolaan aset eks kelolaan PT Perusahaan Pengelola Aset (Persero) oleh

		Menteri Keuangan yang menjadi payung hukum pembayaran dalam bentuk aset (asset settlement). Setelah pada tahun 2018 dilakukan pendaftaran SKPT sebanyak 18 titik, maka dalam rangka memenuhi PMK 135/PMK.06/2018, pada periode semester 1 tahun 2019, perusahaan telah mulai melakukan persiapan proses administrasi selanjutnya terhadap 14 titik yang diprioritaskan untuk dilakukan sertifikasi pada tahun 2019.
2	Perusahaan menghadapi adanya kewajiban berupa Rekening Dana Investasi (RDI) per akhir 2019 sejumlah Rp 279,49 Miliar.	Restrukturisasi atas utang tersebut telah dapat diselesaikan dengan terbitnya Surat Persetujuan Menteri BUMN RI dengan Surat Nomor : S215/MBU/2017 tanggal 24 Maret 2017 dan Surat Menteri Keuangan RI dengan Surat Nomor : 699/MK.05/2017 tanggal 31 Agustus 2017 dengan Skema Penjadwalan Kembali dengan angsuran selama 20 tahun dan tingkat bunga 0%.
No.	Kendala Strategis	Upaya Pemecahan Masalah

3	Terdapat aset-aset perusahaan yang bermasalah dikarenakan tidak mempunyai bukti kepemilikan dan atau dikuasai pihak lain, mantan karyawan/pihak ketiga.	Dari target penerbitan SKPT sejumlah 216 titik di tahun 2019, sampai dengan 30 Juni 2019 telah diterbitkan oleh kantor BPN sebanyak 65 titik. Rendahnya realisasi penerbitan SKPT disebabkan oleh belum lengkapnya dokumen pendukung yang dimiliki oleh PPI dan adanya pihak lain yang telah pernah mengajukan permohonan SKPT pada titik yang sama. Untuk memperlancar proses administrasi di BPN, PT PPI (Persero) telah mendapat dukungan Tim Task Force yang dibentuk oleh BPN Pusat.
		Dari target sertifikasi aset sebanyak 30 titik di tahun 2019, sampai dengan 30 Juni 2019 telah diproses pengajuan pembaharuan dan sertifikasi di BPN sebanyak 27 titik.
4	Tata Kelola Perusahaan yang membutuhkan pembenahan untuk meningkatkan ketepatan waktu dan akuntabilitas pelaporan, peningkatan pengelolaan piutang, dukungan manajemen dalam penanganan bidang hukum, dan penerapan konsep GCG dan KPKU didalam perusahaan.	Peningkatan kepatuhan terhadap regulasi melalui pelaksanaan dan pemantauan proses PKPT, dan audit internal. Perbaikan berkelanjutan dalam ketepatan waktu dan akuntabilitas pelaporan. Penerapan konsep GCG dan KPKU melalui pelaksanaan asesmen, survei kepuasan pelanggan dan pemasok. Dan dukungan optimal dari manajemen terkait penyelesaian permasalahan bidang hukum dengan cara kerjasama dengan Kejaksaan Tinggi dan Firma Hukum, pemutakhiran format perjanjian, dan langkah lainnya.

5	Kurangnya dukungan dari Sistem Teknologi Informasi yang dapat mendukung bisnis proses perusahaan.	Penyusunan IT Masterplan perusahaan dan penyempurnaan ERP dan aplikasi-aplikasi lain yang mendukung proses bisnis perusahaan.
6	Belum maksimalnya dukungan dari sisi riset dan pengembangan portofolio bisnis perusahaan.	Langkah awal penyempurnaan sistem IT agar mendapatkan data yang riil di lapangan, dan pembentukan Divisi Pengembangan Bisnis yang memiliki produk pengembangan yang applicable dan meningkatkan pendapatan perusahaan.

Referensi:

Rencana Jangka Panjang Perusahaan (RJPP) PT Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero) tahun 2020 – 2024