

Landhep Wasi P.

19808141086

Manajemen C19

PT Indofood Sukses Makmur Tbk

A. Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT Indofood Sukses Makmur Tbk
Pendiri	: Sudono Salim dan Peter Santoso
Bidang Industri	: Makanan dan minuman
Kantor Utama	: Jakarta, Indonesia
Tanggal Berdiri	: 14 Agustus 1990
Produk	: Mi, es krim, makanan ringan, biskuit, tepung terigu, sirup, susu, minyak goreng, pasta

B. Peta Strategis Jangka Panjang

1. Visi

A Total Food Solutions Company

2. Misi

- Memberikan solusi atas kebutuhan pangan secara berkelanjutan
- Senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi dan teknologi kami
- Memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan
- Meningkatkan stakeholders' values secara berkesinambungan

3. Nilai-Nilai

"Dengan disiplin sebagai falsafah hidup; Kami menjalankan usaha kami dengan menjunjung tinggi integritas; Kami menghargai seluruh pemangku kepentingan dan secara bersama-sama membangun kesatuan untuk mencapai keunggulan dan inovasi yang berkelanjutan."

C. Road Map Strategi Perusahaan

Kegiatan usaha Perseroan menurut Anggaran Dasar bergerak di bidang Industri, Perdagangan, Pertanian, Peternakan, Pengelolaan Air, Penelitian, Pendidikan dan Pelatihan, Konstruksi, Real Estat, Pergudangan dan Penyimpanan, Penyediaan Akomodasi Makanan dan Minuman, Jasa, serta Investasi Penyertaan / Holding. Kegiatan usaha yang dijalankan oleh Perseroan meliputi antara lain, industri penggilingan gandum menjadi tepung terigu yang terintegrasi dengan kegiatan usaha anak perusahaan di bidang industri konsumen bermerek, industri agribisnis yang terdiri dari perkebunan dan pengolahan kelapa sawit dan tanaman lainnya, serta distribusi.



PT Indofood Sukses Makmur Tbk ("Indofood" atau "Perseroan"), yang didirikan dengan nama PT Panganjaya Intikusuma di tahun 1990, memiliki berbagai kegiatan usaha yang telah beroperasi sejak awal tahun 1980an.

1990

- Incorporated as PT Panganjaya Intikusuma.
Didirikan dengan nama PT Panganjaya Intikusuma.
- Entered the snack foods business through a joint venture ("JV") with Fritolay Netherlands Holding B.V., an affiliate of PepsiCo Inc.
Memulai kegiatan usaha di bidang makanan ringan melalui perusahaan patungan dengan Fritolay Netherlands Holding B.V., perusahaan afiliasi PepsiCo Inc.

1994

- Renamed PT Indofood Sukses Makmur.
Mengganti nama menjadi PT Indofood Sukses Makmur.
- Listed on the Indonesia Stock Exchange ("IDX").
Mencatatkan saham di Bursa Efek Indonesia ("BEI").

1995

- Commenced backward integration with the acquisition of the Bogasari flour mill.
Memulai integrasi bisnis melalui akuisisi pabrik penggilingan gandum Bogasari.

2007

- Listed the Agribusiness Group, Indofood Agri Resources Ltd. ("IndoAgri"), on the Singapore Stock Exchange ("SGX").
Mencatatkan saham Grup Agribisnis, Indofood Agri Resources Ltd. ("IndoAgri"), di Singapore Stock Exchange ("SGX").

- The Agribusiness Group expanded its plantation holdings by acquiring PT PP London Sumatra Indonesia Tbk ("Lonsum"), an IDX-listed plantation company.

Grup Agribisnis memperluas perkebunannya dengan mengakuisisi PT PP London Sumatra Indonesia Tbk ("Lonsum"), sebuah perusahaan perkebunan yang sahamnya tercatat di BEI.

2005

- Entered the shipping business through the acquisition of PT Pelayaran Tahta Bahtera.
Memulai kegiatan usaha di bidang perkapalan dengan mengakuisisi PT Pelayaran Tahta Bahtera.

1997

- Expanded its business integration by acquiring a group of companies involved in plantations, agribusiness and distribution.
Memperluas integrasi bisnisnya dengan mengakuisisi grup perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan, agribisnis dan distribusi.

2008

- The Agribusiness Group ventured into the sugar business by acquiring PT Lajuperdana Indah. Grup Agribisnis memasuki kegiatan usaha gula dengan mengakuisisi PT Lajuperdana Indah.
- The CBP Group entered the dairy business by acquiring PT Indolakto ("Indolakto"), one of the leading dairy producers in Indonesia. Grup CBP memasuki kegiatan usaha dairy melalui akuisisi PT Indolakto ("Indolakto"), salah satu produsen produk dairy terkemuka di Indonesia.

2010

- Listed the CBP Group, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk ("ICBP"), on the IDX. Mencatatkan saham Grup CBP, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk ("ICBP"), di BEI.

2011

- Listed PT Salim Ivomas Pratama Tbk ("SIMP"), a subsidiary of the Agribusiness Group, on the IDX. Mencatatkan saham PT Salim Ivomas Pratama Tbk ("SIMP"), anak perusahaan pada Grup Agribisnis, di BEI.

2018

- The CBP Group acquired full ownership of the beverage and culinary products subsidiaries, in addition to the product distribution expansion of paper diapers business.

Grup CBP mengakuisisi seluruh kepemilikan saham pada anak perusahaan di bidang minuman dan produk kuliner serta memperluas pendistribusian produk kegiatan usaha paper diaper.

2014

- The CBP Group expanded its beverage business by entering the packaged water business, with the acquisition of packaged water assets including the Club brand.

Grup CBP mengembangkan kegiatan usaha minumannya dengan memasuki bidang usaha air minum dalam kemasan ("AMDK") melalui akuisisi aset AMDK termasuk merek Club.

2013

- The CBP Group entered the beverage business.

Grup CBP memasuki kegiatan usaha minuman.

- The Agribusiness Group expanded its sugar business to Brazil and the Philippines through equity investment in Companhia Mineira de Açúcar e Alcool Participações ("CMAA") and Roxas Holdings Inc. ("Roxas").

Grup Agribisnis memperluas kegiatan usaha gula ke Brasil dan Filipina melalui penyertaan saham di Companhia Mineira de Açúcar e Alcool Participações ("CMAA") dan Roxas Holdings Inc. ("Roxas").

D. Pernyataan Strategis Tentang Berbagai Tujuan Tertentu

Tahun 2019 merupakan tahun yang penuh tantangan, yang ditandai dengan ketidakpastian akan perdagangan dunia dan harga-harga komoditas. Terlepas dari berbagai tantangan ini, Indofood sebagai perusahaan Total Food Solutions, berhasil membuktikan ketangguhannya dengan didukung oleh model bisnisnya yang kuat serta mata rantai pasokan yang terintegrasi guna mencapai pertumbuhan pendapatan dan profitabilitas yang stabil di tahun 2019.

Seiring ketegangan perdagangan antara negaranegara maju dan rendahnya tingkat investasi, pertumbuhan ekonomi dunia melambat menjadi sekitar 2% - 3% di tahun 2019, terendah sejak krisis keuangan global di tahun 2008-2009. Di Indonesia, PDB tumbuh sebesar 5,0% yang didukung oleh belanja pemerintah dan tumbuhnya konsumsi rumah tangga. Nilai tukar Rupiah dan tingkat inflasi yang stabil juga membantu dalam mempertahankan tingkat kepercayaan konsumen.

Industri Fast-Moving Consumer Goods ("FMCG") terus tumbuh di tengah persaingan yang semakin kompetitif, terutama pada kategori dengan tingkat pertumbuhan tinggi. Di sektor agribisnis, harga Crude Palm Oil ("CPO") tetap melemah di tahun 2019 dengan rata-rata sebesar US\$572/MT, namun mengalami peningkatan menjelang akhir tahun hingga mencapai US\$852/MT per tanggal 31 Desember 2019.

Di tengah kondisi tersebut, Indofood berhasil mencapai target dari kinerja keuangannya di tahun 2019. Penjualan neto konsolidasi tumbuh 4,4%, terutama didukung oleh kinerja Grup CBP dan Bogasari. Core profit, yang mencerminkan kinerja operasional Indofood di tahun 2019, tumbuh sebesar 22,6%.

Dewan Komisaris merasa puas dengan kepemimpinan dan kinerja Direksi, terutama dalam menjalankan strategi dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mempertahankan tingkat profitabilitas dan kepemimpinan pasar, serta menjaga neraca keuangan yang sehat, mengembangkan program keberlanjutan yang efektif, dan menjalankan tata kelola perusahaan yang baik di masa yang penuh tantangan.

Di sepanjang tahun 2019, Dewan Komisaris mengadakan pertemuan secara rutin dengan Direksi dalam rangka melakukan pengawasan dan memberikan saran terkait strategi, kinerja keuangan, perkembangan dari berbagai inisiatif penting, serta aspek keberlanjutan dan tata kelola perusahaan. Dalam menjalankan fungsi pengawasannya, Dewan Komisaris dibantu oleh Komite Audit dan Komite Nominasi dan Remunerasi. Komite Audit melakukan pengawasan atas pelaporan keuangan, pengendalian internal, kepatuhan terhadap peraturan dan pengelolaan risiko, sedangkan Komite Nominasi dan Remunerasi melakukan supervisi dalam hal nominasi dan remunerasi anggota Dewan Komisaris dan Direksi. Di tahun 2019, kedua komite secara rutin menyelenggarakan rapat dan menyampaikan rekomendasi yang relevan kepada Dewan Komisaris. Dewan Komisaris menilai Komite Audit dan Komite Nominasi dan Remunerasi telah menjalankan peran mereka dengan baik.

Dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan yang diselenggarakan pada tanggal 29 Mei 2019, Bapak Robert C. Nicholson dan Bapak Sulianto Pratama mengundurkan

diri dari jabatannya masing-masing di Dewan Komisaris dan Direksi. Kami menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas pengabdian dan jasa-jasa mereka terhadap Perseroan. Bapak Robert digantikan oleh Bapak John W. Ryan, yang memiliki banyak pengalaman di bidang komunikasi dan keberlanjutan. Dewan Komisaris menyambut bergabungnya Bapak John dan siap untuk bekerja sama dengan beliau.

E. Strategi Pengembangan Organisasi

Indofood telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan Total Food Solutions dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan.

Dalam dua dekade terakhir, Indofood telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan Total Food Solutions dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan, mulai dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga menjadi produk akhir yang tersedia di pasar. Kini Indofood dikenal sebagai perusahaan yang mapan dan terkemuka di setiap kategori bisnisnya. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Indofood memperoleh manfaat dari skala ekonomis serta ketangguhan model bisnisnya yang terdiri dari empat Kelompok Usaha Strategis ("Grup") yang saling melengkapi sebagai berikut:

- **Produk Konsumen Bermerek ("CBP")**

Grup Produk Konsumen Bermerek (CBP) memproduksi dan memasarkan beragam produk konsumen bermerek yang menawarkan solusi praktis bagi konsumen di segala usia. Sebagian besar merek-merek produk Grup CBP merupakan pemimpin pasar dan memiliki status top-of-mind di masing-masing kategori produknya, serta telah meraih kepercayaan dan loyalitas jutaan konsumen selama beberapa dekade.

- **Bogasari**

Grup ini memiliki kegiatan usaha utama memproduksi tepung terigu dan pasta, didukung oleh unit usaha perkapalan dan kemasan.

- **Agribisnis**

Kegiatan usaha utama Grup Agribisnis meliputi penelitian dan pengembangan, pemuliaan benih bibit, pembudidayaan dan pengolahan kelapa sawit hingga produksi dan pemasaran produk minyak goreng, margarin dan shortening. Di samping itu, kegiatan usaha Grup ini juga mencakup pembudidayaan dan pengolahan karet dan tebu serta tanaman lainnya.

- **Distribusi**

Dengan jaringan distribusi yang paling luas di Indonesia, Grup ini mendistribusikan sebagian besar produk konsumen Indofood dan anak-anak perusahaannya, serta berbagai produk pihak ketiga.

F. Strategi Perkembangan Pribadi

Tenaga kerja yang handal dan berkualitas merupakan dasar bagi keberhasilan Indofood yang berkelanjutan di tengah ketatnya persaingan usaha. Perseroan meyakini pentingnya memelihara dan memotivasi karyawan melalui praktik SDM yang baik. Untuk itu, salah satu prioritas Perseroan adalah pengembangan dan pelaksanaan strategi SDM yang selaras dengan kebutuhan usaha.

Praktik ketenagakerjaan Indofood diterapkan sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku. Kegiatan manajemen SDM di seluruh unit usaha Indofood dilaksanakan sesuai dengan Peraturan Perusahaan beserta dengan syarat dan ketentuan pekerjaan yang secara jelas diuraikan dalam Perjanjian Kerja. Kebijakan SDM senantiasa dievaluasi dan disesuaikan dengan perubahan yang terjadi baik di lingkungan internal maupun eksternal. Kebijakan kami secara tegas melarang segala bentuk praktik tenaga kerja anak dan kerja paksa di seluruh unit operasional.

Indofood menghargai keragaman dan berkomitmen dalam mendorong tercapainya kesetaraan peluang di tempat kerja. Perseroan juga berupaya menciptakan lingkungan kerja yang baik dan kondusif. Tugas dan tanggung jawab diberikan tanpa memandang latar belakang ras, agama, gender, atau karakter individu lainnya. Seluruh karyawan menerima manfaat kesehatan yang komprehensif dan masa cuti yang memadai, sementara anak-anak mereka berkesempatan untuk memperoleh beasiswa dari tingkat sekolah dasar hingga universitas. Informasi lebih lanjut tentang Praktik Ketenagakerjaan dapat dilihat pada bagian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dari Laporan Tahunan ini.

Perseroan secara berkelanjutan menerapkan performance management secara obyektif, dimana tujuan dan kinerja yang diharapkan ditentukan bersama antara karyawan dan Perseroan di awal tahun. Sebagai bagian dari siklus manajemen kinerja, proses coaching dilakukan selama tahun berjalan sebagai mekanisme umpan balik atas hasil kinerja interim karyawan serta untuk mendorong kinerja individu kedepannya. Evaluasi tahunan dilaksanakan pada akhir siklus kinerja, dimana kontribusi dan pencapaian masing-masing karyawan dievaluasi serta dipertimbangkan dalam program perencanaan suksesi dan pengembangan talenta.

Salah satu faktor penentu keberhasilan Perseroan di masa depan adalah ketersediaan talenta yang memiliki kompetensi, karakter dan kinerja yang baik. Oleh karena itu, Perseroan berkomitmen untuk memenuhi kriteria tersebut dengan melaksanakan program-program pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan usaha dan SDM. Hal ini meliputi kursus-kursus, pelatihan praktek, kesempatan penugasan dan perluasan kerja yang difokuskan untuk membuka peluang bagi karyawan dalam meraih keberhasilan dan meningkatkan produktivitas di tempat kerja, termasuk untuk dapat mengemban tugas dan tanggung jawab yang lebih besar kedepannya.

Sepanjang tahun buku, modul-modul pelatihan telah ditambahkan dan secara rutin diperbaharui agar sesuai dengan kebutuhan unit-unit usaha. Pelatihan teknis dan soft-skill, seperti perencanaan keuangan, kepemimpinan, komunikasi bisnis dan kemampuan organisasional yang efektif, juga telah disesuaikan untuk para karyawan dengan kinerja

yang baik. Bagi karyawan yang memasuki masa pensiun, kami menyediakan kursus-kursus keterampilan kewirausahaan dan manajemen keuangan. Guna mendukung proses digitalisasi Perseroan, sistem manajemen pelatihan secara online telah diperkenalkan di tahun 2019 untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses administrasi.

Upaya-upaya di atas juga didukung dengan pelaksanaan program Management Trainee (“MT”), sebagai sarana yang efektif untuk proses perekrutan dan pengembangan calon-calon pemimpin masa depan. Program MT dilaksanakan untuk menjamin ketersediaan talent pool yang terampil bagi unit bisnis. Dari tahun ke tahun, program MT telah mendukung Perseroan dalam mengidentifikasi talenta yang tepat dalam mengemban tanggung jawab yang lebih besar untuk perluasan usaha atau mengisi posisi-posisi yang tersedia karena proses pensiun, rotasi ataupun alasan lainnya.

Employee Category by Management Level

Karyawan Berdasarkan Kategori Jenjang Manajemen

Operative / Operatif

2019		67,460
2018		70,173
2017		65,960
2016		65,214
2015		67,456

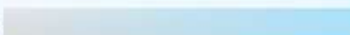
Staff / Staf

2019		15,075
2018		14,902
2017		12,786
2016		12,288
2015		12,127

Supervisor / Supervisor

2019		4,071
2018		4,112
2017		4,165
2016		3,809
2015		3,586

Manager and Above / Manajer ke Atas

2019		2,098
2018		2,030
2017		1,987
2016		1,999
2015		1,978

Employee Category by Educational Level

Karyawan Berdasarkan Kategori Jenjang Pendidikan

Primary School / Sekolah Dasar



Junior High School / Sekolah Menengah Pertama



Senior High School / Sekolah Menengah Atas



Diploma / Diploma



Bachelor and Above / Sarjana ke Atas



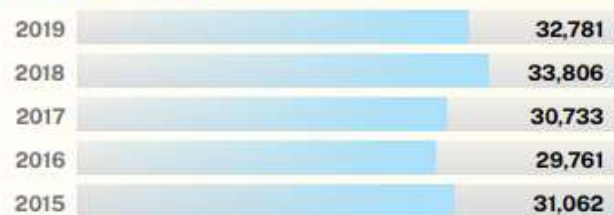
Employee Category by Age

Karyawan Berdasarkan Kategori Usia

<25 Years Old / <25 Tahun



25-35 Years Old / 25-35 Tahun



36-45 Years Old / 36-45 Tahun



46-55 Years Old / 46-55 Tahun



>55 Years Old / >55 Tahun



G. Penerapan Strategi Tujuan

1. Tetap Terdepan dalam Melewati Tantangan

Grup CBP berhasil memperkuat kinerja penjualan dan pangsa pasarnya melalui optimalisasi portofolio produk, peluncuran produk baru, serta brand campaign yang efektif di sepanjang tahun 2019. Upaya tersebut juga didukung oleh meningkatnya permintaan konsumen di dalam negeri pada hampir seluruh kategori produk yang dimiliki ICBP.

Grup Bogasari berhasil mencatatkan pertumbuhan penjualan dan EBIT, terutama didorong oleh kenaikan harga jual rata-rata. Kenaikan tersebut merupakan dampak satu tahun penuh atas kenaikan harga yang dilakukan di tahun 2018 akibat naiknya harga gandum internasional. Bogasari tetap dapat mempertahankan kepemimpinannya di pasar tepung terigu dan pasta di Indonesia dengan mereknya yang telah dipercaya oleh para konsumen dari generasi ke generasi. Walaupun konsumsi tepung terigu per kapita di Indonesia masih relatif rendah, kami merasa optimis akan potensi pertumbuhan ke depannya seiring dengan perubahan kebiasaan makan warga Indonesia, termasuk sebagian yang beralih dari nasi menjadi lebih memilih roti dan mi. Berkembangnya sektor kuliner di Indonesia, termasuk tumbuhnya jumlah bakery untuk pasar menengah ke atas, terus memperkuat prospek permintaan akan produk-produk berbasis gandum.

2. Meningkatkan Keunggulan Organisasi

Dukungan manajemen Sumber Daya Manusia (“SDM”) dan Teknologi Informasi (“TI”) yang efektif telah menjadi faktor penting bagi kami untuk Tetap Terdepan dalam Melewati Tantangan. Di sepanjang tahun 2019, kami terus memperkuat program pengembangan SDM dan inisiatif perencanaan suksesi, sedangkan digitalisasi yang dilakukan pada proses bisnis dan alur kerja telah menghasilkan peningkatan produktivitas dan efisiensi.

Sebagai pemimpin pasar dalam berbagai industri di Indonesia, kami berkomitmen penuh pada penerapan standar yang tinggi dalam tata kelola perusahaan. Kami juga telah mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan tanggung jawab kami terhadap para pemangku kepentingan pada faktor Lingkungan, Sosial dan Tata Kelola Perusahaan yang material. Uraian lebih lanjut dari program-program tersebut dapat dilihat pada bagian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Tata Kelola Perusahaan dari Laporan Tahunan ini.

H. Evaluasi Strategi Perusahaan

1. Strategi-strategi yang dilakukan PT Indofood telah berjalan dengan baik dan akan terus berusaha untuk meningkatkan keunggulan produk.
2. Program CSR dari PT Indofood sudah berhasil dan lancar dalam membantu masyarakat bahkan lingkungan masyarakat.

3. Dalam pengelolaan SDM, PT Indofood berhasil untuk menciptakan karyawan-karyawan yang unggul dikarenakan adanya program-program pelatihan yang sangat baik.