

## LAPORAN DISKUSI

### ANGGOTA :

1. Yumna Nurani Kesuma            19808141016
2. Nur Afni Ayu M                    19808141018
3. Alifah Luthfi Zahra                19808141020
4. Ivana Helmalia Guntari            19808141033

### A. Strategi Bisnis Unilever

Strategi bisnis Unilever Indonesia dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham melalui model bisnis yang memadukan tiga elemen utama yaitu merek, operasional dan karyawan. Adapun cara yang dilakukan Unilever Indonesia dalam meningkatkan keuntungan melalui pertumbuhan volume yang menguntungkan, keunggulan biaya dan efisiensi, inovasi dan investasi pemasaran. Unilever Indonesia meraih pertumbuhan dan mengukuhkan posisinya di pasar dengan berfokus pada peningkatan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan penghidupan.

Strategi inovasi yang dilakukan Unilever Indonesia merupakan bentuk strategi untuk meraih margin premium berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan atas produk atau jasa baru (Pearce & Robinson, 2007: 273). Strategi Unilever Indonesia dalam mengembangkan usahanya dilakukan melalui berbagai inovasi dalam penganeka ragam portfolio merek yang dibagi dalam dua kelompok, yaitu kategori produk keperluan rumah tangga dan perawatan tubuh.

### B. Strategi Msdm Unilever

#### 1. Program People with Purpose

PT Unilever Indonesia sebagai pemberi kerja bertugas membantu karyawan untuk menemukan tujuan kehadirannya (purpose) sehingga mampu berprestasi karena terdorong oleh motivasinya sendiri. Sejak 2017, Unilever memfasilitasi proses ini melalui Program People with Purpose yang diikuti secara sukarela oleh karyawan setingkat manajer.

#### 2. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan

Unilever juga mengantisipasi demografi karyawan di masa depan yang akan didominasi oleh milenial dan telah menetapkan strategi future-fit workforce, yang dibarengi dengan reformasi dalam proses bisnis melalui pemanfaatan digitalisasi. Kami terus menyelenggarakan pelatihan soft competency, technical competency, profesional, kepemimpinan, dan sertifikasi agar karyawan memiliki pengetahuan, keterampilan dan kepercayaan diri untuk mendukung pertumbuhan bisnis.

### **3. Rekrutmen dan Retensi Karyawan**

Unilever telah merancang program rekrutmen proaktif untuk mendapatkan talenta terbaik di seluruh tingkatan organisasi. Unilever menjalankan Proyek Crescendo untuk mengelola SDM yang meliputi tinjauan kebutuhan sumber daya dan identifikasi sumber daya yang dapat dipenuhi melalui crowdsourcing. Dalam rangka memenuhi kebutuhan bisnis untuk mendapatkan talenta yang berkualitas, Unilever melakukan rekrutmen terbuka maupun program magang internal yaitu Unilever Leadership Internship Program (ULIP) serta Unilever Future Leaders Programme (UFLP) yang merupakan program management trainee untuk mengidentifikasi kandidat luar biasa yang akan mengisi posisi manajemen menengah dan senior sesuai kriteria future-fit. Pada 2019, program rekrutmen ini kami tingkatkan dengan program internship baru Summer Go-Getter Program yang bertujuan menjaring kandidat berkualitas dari kampus, yang akan mendapatkan golden ticket untuk mengikuti seleksi UFLP.

### **4. Feedback Karyawan (komunikasi mengenai masukan dan pendapat)**

Unilever juga memfasilitasi Mini Forum yang diadakan setiap tiga bulan untuk memastikan komunikasi antara karyawan dengan manajer lini maupun dengan fungsi lain yang terkait. Untuk memahami isu dan kebutuhan karyawan, Unilever mengadakan Univoice Employee Engagement Survey (EES) di setiap tahun. Melalui survei ini, karyawan memiliki kesempatan untuk memberikan masukan dan beragam pendapat mereka tentang beragam topik yang terkait dengan ketenagakerjaan

### **5. Keberagaman di Tempat Kerja Diversity in Workplace**

Dalam bisnis, Unilever Indonesia menjunjung tinggi hak asasi manusia yang ditetapkan dalam 'Pernyataan Kebijakan Hak Asasi Manusia' yang menjelaskan

komitmen kami untuk menghormati hak-hak universal setiap orang, proses due diligence, dan tata kelola. Unilever Indonesia memperlakukan setiap orang dalam perusahaan secara adil, setara, dan tanpa diskriminasi terkait dengan pengembangan individu, remunerasi, dan insentif. Kini Unilever Indonesia telah mencapai keseimbangan gender 42% di tingkat manajer ke atas, tidak termasuk pekerja pabrik.

## **6. Perjanjian Kerja Bersama (manajemen-serikat kerja)**

Pada 26 April 2019 secara simbolik Unilever Indonesia menandatangani Perjanjian Kerja Bersama (PKB) ke-23 periode 2019 – 2020 di kantor pusat yang disaksikan oleh Direktur Jenderal Pembinaan Hubungan Industrial dan Jaminan Sosial Tenaga Kerja. PKB merupakan cerminan hubungan industrial antara manajemen dan karyawan yang diwakili oleh serikat pekerja (PUK SPKEP SPSI Jakarta dan Surabaya) di mana semua karyawan tetap dilindungi hak dan kewajibannya.

## **7. Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan**

Perseroan menyediakan mekanisme pengaduan yang terkait dengan ketenagakerjaan melalui mekanisme whistleblower atau secara berjenjang sebagaimana berikut:

- ✓ Manajer lini;
- ✓ Forum Bipartit Lokal di setiap pabrik, difasilitasi oleh Asisten Manajer Mitra Bisnis SDM;
- ✓ Forum Bipartit Regional di setiap lokasi kerja, difasilitasi oleh Manajer Mitra Bisnis SDM;
- ✓ Forum Bipartit Nasional yang mencakup seluruh operasi Unilever Indonesia, difasilitasi oleh Manajer Senior HRBP atau Manajer Hubungan Industrial Perseroan.

## **8. Dukungan untuk Keseimbangan Karier dan Keluarga**

Unilever menerapkan well-being framework bagi karyawan agar tercapai keseimbangan antara kebutuhan fisik, mental, emosional, dan tujuan bekerja, serta memberikan kesempatan kepada karyawan untuk berbuat sesuatu agar tercapai keseimbangan tersebut.

## **9. Menciptakan Tempat Kerja yang Aman dan Sehat Creating a Safe and Healthy Workplace**

Unilever berkomitmen untuk mengurangi tingkat kecelakaan di tempat kerja menjadi separuhnya pada 2020 dibandingkan dengan 2008. Unilever mengambil langkah-langkah proaktif untuk mencegah insiden, melaporkan ketidaksesuaian dan melakukan investigasi kecelakaan yang benar dan menyeluruh. Unilever Indonesia memiliki Central of Safety, Health & Environment Committee (CSHEC) yang bertugas menyusun perencanaan strategis untuk menciptakan tempat kerja yang aman dan mempromosikan kesehatan dan kesejahteraan. Unilever tentunya juga menjalankan program kesehatan kerja, keselamatan kerja, dan kontraktor safety.

### **C. Elemen Dalam Strategi Bisnis**

#### **1. Produk**

Langkah pertama untuk mengembangkan Strategi bisnis Produk memastikan unilever memiliki produk yang kuat. Bahkan sebelum menyusun strategi, perlu memastikan produk tersebut dibuat dengan mempertimbangkan target pelanggan dan apakah produk tersebut selaras dengan kebutuhan mereka.

Orang-orang cenderung tidak ingin hanya membeli barang, tetapi mereka ingin barang yang dibeli bisa menyelesaikan masalah-masalah mereka. Nilai yang ditanamkan pada produk Anda lebih penting daripada kemampuan produk itu sendiri. Dengan kata lain, unilever harus fokus terhadap *benefit* dari produknya alih-alih mengenai fitur-fiturnya.

#### **2. Pelanggan**

Sama seperti produk, unilever juga fokus kepada pelanggan atau calon pelanggan. Untuk melakukan itu, harus benar-benar memahami mereka. Karakteristik, sifat, perilaku, dan lainnya adalah kunci untuk memahami pelanggan.

#### **3. Pesan**

Unilever tentu perlu berkomunikasi dengan pelanggannya. Karena menurut beberapa hasil riset terkait pemasaran produk, 57% konsumen merasa percaya ketika mereka terhubung secara emosional dengan Unilever . Dan tentunya koneksi emosional

tersebut dibangun melalui pesan yang Unilever sampaikan terkait produk yang Unilever pasarkan. Pesan produk harus dibuat secara naratif. Karena narasi adalah cara termudah untuk membuat pelanggan Unilever terhubung dengan produknya.

#### **4. Tim Pemasaran**

Mengembangkan dan mempromosikan suatu produk membutuhkan upaya dan kerja sama dalam suatu tim. Namun, menjaga beberapa tim di jalur yang sama secara konsisten bukanlah tugas yang mudah. Tim pemasaran produk harus menjadi jembatan antara penjualan, pemasaran, metode, dan pengembangannya.

#### **5. Promosi**

Promosi Unilever mengelaborasi dan menyampaikan pesan produk Unilever kepada pelanggan pada waktu yang tepat. Unilever sudah melakukan riset dan membangun persona pembelinya. Pemilihan *timing* untuk mengeksekusi promosi produk juga sangatlah penting. Unilever melakukan riset di pasar secara keseluruhan. Seperti di musim apa yang cocok untuk mulai mempromosikan produk bisnis Unilever.

#### **6. Analisis**

Unilever selalu mengevaluasi kinerja pemasaran produknya. Proses analisis ini penting agar Strategi Pemasaran Produk bisa benar-benar berjalan secara efektif.

### **D. Elemen Strategi Msdm**

- ◆ Semua manajer adalah manajer sumber daya manusia.
- ◆ Karyawan dilihat sebagai aset.
- ◆ MSDM adalah sebuah proses penyesuaian, mengintegrasikan strategi dan tujuan organisasi dengan pendekatan yang benar dari pengaturan sumber daya manusia perusahaan.

### **E. Kaitan Strategi Bisnis dan Strategi Msdm**

Kelancaran perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tidak akan lepas dari peranan strategi manajemen sumber daya manusia. Oleh karena itu strategi bisnis tidak boleh dipertimbangkan tanpa mengaitkan dengan strategi manajemen sumber daya manusia. Kedua strategi ini harus beroperasi secara berdampingan. Ketika suatu perusahaan berupaya menyelaraskan strategi SDM dengan strategi bisnisnya, ia akan mencapai tujuan strategis, berkinerja lebih baik di pasar, dan mempertahankan individu yang berkinerja tinggi.

Dalam mengoperasikan bisnisnya, PT Unilever Indonesia tentu saja mempertimbangkan kaitan antara kedua strategi tersebut. Dilihat dari strategi manajemen sumber daya manusianya, PT Unilever telah menerapkan strategi dalam berbagai program dan kebijakan dari proses seleksi, pengembangan, motivasi, dan mempertahankan karyawan. Contoh salah satu programnya yaitu People With Purpose yang telah dijalankan sejak 2017 yang membantu karyawan dalam mengidentifikasi tujuan dari kehadiran individu individu tersebut di perusahaan sehingga karyawan tersebut akan dapat termotivasi untuk mencapai tujuannya melalui peningkatan kinerja, lebih inovatif dan berprestasi. Selain itu, PT Unilever berusaha untuk menciptakan lingkungan yang nyaman dalam bekerja seperti dengan menerapkan kebijakan keselamatan kerja, menjunjung tinggi kesetaraan meskipun terdapat diversity in a workplace, dan membangun hubungan baik yang mengarah pada kerja sama antara manajemen dengan serikat kerja dapat menurunkan turnover intention. Peningkatan kinerja, inovasi, prestasi, kepuasan kerja individu tentu saja berdampak bagi peningkatan kinerja organisasi yang mana dapat mempermudah dalam pengimplementasian dan perencanaan strategi bisnis PT Unilever Indonesia yang berkelanjutan.

#### **F. Kaitan Strategi Msdm Dengan Struktur Organisasi**

Dalam mengembangkan struktur organisasi, retailer harus membuat trade-off antara pengambilan keputusan yang terpusat (sentralisasi) dengan manfaat dari desentralisasi. • Selain mengembangkan struktur organisasi, berbagai aktivitas MSDM bertujuan untuk meningkatkan kinerja (performance) karyawan, antara lain: 1. Pemberian motivasi 2. Supervisi 3. Kebijakan 4. Prosedur 5. Program kompensasi 6. Budaya organisasi

#### **G. Kaitan Strategi Msdm Dengan Visi Misi**

Suatu perusahaan tentu saja memiliki visi misi yang ingin dicapai, selanjutnya untuk mencapai / mewujudkan visi organisasi yang telah ditentukan tersebut, organisasi merumuskan usaha umum yang hendak dilakukan yang disebut misi, kemudian untuk mewujudkan misi, organisasi merumuskan usaha khusus yang dirasa paling efektif dan efisien untuk pencapaian tujuan jangka panjang tersebut atau yang disebut dengan strategi bisnis. Strategi bisnis tentu saja berkaitan dengan strategi msdm dimana strategi tersebut memastikan perusahaan dikelola oleh orang orang yang tepat.

PT Unilever Indonesia yang merupakan perusahaan penyedia produk kebutuhan sehari-hari telah melakukan upaya pencapaian tujuan jangka panjang melalui strategi bisnis yang telah direncanakan. Strategi bisnis tersebut tentu berhubungan dengan strategi MSDM seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. PT Unilever Indonesia berkomitmen untuk melaksanakan proses strategi MSDM guna menciptakan SDM yang mumpuni di bidangnya dengan berbagai program, memberikan pemahaman mengenai visi misi perusahaan dan memberikan kenyamanan dalam bekerja sehingga menghasilkan individu dengan kinerja tinggi, inovatif dan berprestasi tinggi sehingga dapat menjadi faktor pendorong tercapainya visi misi yang telah ditetapkan.