TUGAS MANAJEMEN STRATEGIS



DISUSUN OLEH

Reynaldi R. Iman (1401154206)

Aulia Gati Nirmalasari (1401154444)

Galih Prambudiarta (1401154108)

Ripval Nur Hisyam (1401154150)

Roy Harry Bagaskara (1401154276)

Muhammad Naufal Aly (1401154094)

Natalia Celeste (1401154374)

Nuranisa Khodijah (1401154556)

MB – 39 – 10

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKSI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

TELKOM UNIVERSITY

2017

**Biodata Pembuat Buku**



Nama : Reynaldi Ramadhana Iman

Nim : 1401154206

TTL : Jakarta 20 Januari 1997

Email : [aldi.iman10@gmail.com](mailto:aldi.iman10@gmail.com)

No. HP : 087874574409



Nama : Roy harry bagaskara

Nim : 1401154276

TTL : padang 16 juni 1995

Email : royharry116@gmail.com

No. HP : 081268588819



Nama : Ripval Nur Hisyam

NIM : 1401154150

TTL : kunningan, 27 Mei 1997

Email : Ripvalnurhisyam@yahoo.com

No. Hp : 085797957822



Nama : Galih Prambudiarta

Nim : 1401154108

TTL :Trenggalek, 6 12 97

No. Hp : 082247529967



Nama :Aulia Gati Nirmalasari

NIM : 1401154444

TTL : Banyumas, 31 Maret 1997

No. Hp : 082228282097

Nama: Natalia Celeste

NIM : 1401154374

TTL : Bandung,23 Desember 1996

No hp : 082218307932

Email : [nataliaceleste23@gmail.co](mailto:nataliaceleste23@gmail.co)

****

Nama : Nuranisa Khodijah

NIM : 1401154556

TTL : Bandung, 8 September 1997

No. HP : 087722090997

Email : nisakhodijah09@gmail.com

**IDENTIFIKASI VISI DAN MISI PT SAMPOERNA** 

* **Identifikasi Visi PT Sampoerna**

**VISI PT. Sampoerna :**

**“Menjadi perusahaan paling terkemuka di Indonesia”**

Visi PT Sampoerna terkandung dalam “Falsafah 3 Tangan. Falsafah tersebut mencerminkan lingkungan usaha dan peranan Sampoerna di dalamnya.

Masing masing dari “ketiga“ tangan mewakili :

* Perokok dewasa
* Karyawan
* Mitra bisnis dan masyarakat luas
* **Menurut kelompok kami :**

Visi Sampoerna Secara umum sudah bisa menjawab “What do we want to Become”. Hal ini di jelaskan melalui Visi nya yaitu **“Menjadi perusahaan paling terkemuka di Indonesia”**.

Namun, secara spesifik PT. Sampoerna kurang bisa menggambarkan akan menjadi apa di dalam bidangnya. Karena Visi yang disajikan hanyalah secara umum atau luas. Hal ini di jelaskan dengan kurangnya penjelasan seperti :

* kurang mewakili industri apa yang di geluti
* Tidak mengetahui produk atau layanan apa yang di tawarkan.
* **Identifikasi Misi PT Sampoerna :**

**Misi PT. Sampoerna**

1. **Menyediakan produk-produk berkualitas tinggi bagi perokok dewasa dengan kategori harga pilihan mereka.** Sampoerna berkomitmen penuh untuk memproduksi rokok berkualitas tinggi dengan harga yang wajar bagi perokok dewasa. Ini dicapai melalui penawaran produk yang relevan dan inovasi untuk memenuhi selera perokok dewasa yang dinamis.
2. **Memberikan kompensasi yang kompetitif dan lingkungan kerja yang baik bagi karyawan dan membina hubungan baik dengan mitra usaha.** Karyawan adalah aset terpenting Sampoerna. Kompensasi, lingkungan kerja dan peluang yang baik untuk pengembangan karir dan diri adalah kunci utama dalam membangun motivasi dan produktivitas karyawan. Di sisi lain, mitra usaha Sampoerna juga berperan penting dalam keberhasilan Perseroan dan kami mempertahankan kerja sama yang erat dengan mereka untuk memastikan vitalitas dan keberlangsungan mereka.
3. **Memberikan sumbangsih kepada masyarakat luas.** Kesuksesan Sampoerna tidak terlepas dari dukungan masyarakat di seluruh Indonesia. Dalam mewujudkan tanggung jawab sosial perusahaan dan kontribusi Perusahaan, kami memfokuskan pada kegiatan Akses terhadap Pendidikan, Peluang Ekonomi, Pemberdayaan Perempuan, serta Tanggap Bencana dan Kesiapsiagaan.

* Dari misi di atas, kelompok kami mengidentifikasi misi PT. Sampoerna berdasarkan komponen komponen dasar misi yang baik, yaitu :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Komponen** | **Keterangan** |
| 1 | Customers | Produk bagi perokok dewasa |
| 2 | Products/Services | Sampoerna berkomitmen untuk memproduksi rokok berkualitas tinggi |
| 3 | Markets |  |
| 4 | Technology |  |
| 5 | Concern for survival | Mitra usaha Sampoerna juga berperan penting dalam keberhasilan Perseroan dan kami mempertahankan kerja sama yang erat dengan mereka untuk memastikan vitalitas dan keberlangsungan mereka. |
| 6 | Philosophy |  |
| 7 | Self-Concept |  |
| 8 | Concern of public image | Memberikan sumbangsih kepada masyarakat luas |
| 9 | Concern of employee | Karyawan adalah aset terpenting Sampoerna. Karyawan diberikan kompensasi yang kompetitif dan lingkungan kerja yang baik. |

* **EXTERNAL FACTOR EVALUATION (EFE)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Key External Factors** | **Weight** | **Rating** | **Weighted Score** |
|  | **Opportunity** |  |  |  |
| 1 | Jumlah Perokok di Indonesia Nomor Satu Dunia | 0.19 | 4 | 0.76 |
| 2 | Penikmat Roko di Indonesia tiap tahun Naik | 0.12 | 3 | 0.36 |
| 3 | Jumlah Remaja Putri Perokok melonjak 3 kali lipat | 0.07 | 2 | 0.14 |
| 4 | Orang Miskin RI Banyak Habiskan Uang untuk Rokok daripada makanan bergizi | 0.12 | 3 | 0.36 |
|  | **Threat** |  |  |  |
| 5 | Pemerintah Naikkan Tarif Cukai Rokok Mulai September 2017 | 0.12 | 3 | 0.36 |
| 6 | Kota Bandung Batasi Reklame Rokok | 0.05 | 1 | 0.05 |
| 7 | Cukai Tembakau Naik Lagi | 0.08 | 2 | 0.16 |
| 8 | Daerah Berminat Ajarkan Bahaya Rokok | 0.09 | 1 | 0.09 |
| 9 | Bahaya Rokok Masuk Kurikulum | 0.08 | 2 | 0.16 |
| 10 | Perketat Distribusi Rokok | 0.08 | 2 | 0.16 |
| **TOTAL** | | 1 |  | 2.6 |

* **COMPETITIVE PROFILE MATRIX**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Success Factor** | **Weight** | **Sampoerna** | | **Gudang Garam** | |
| Rating | Score | Rating | Score |
| Market Share | 0.25 | 4 | 1 | 3 | 0.75 |
| Fin Position | 0.15 | 4 | 0.6 | 2 | 0.3 |
| Product Varian | 0.10 | 3 | 0.3 | 4 | 0.4 |
| Consumer Loyalty | 0.10 | 4 | 0.4 | 3 | 0.3 |
| Sales Distribution | 0.20 | 3 | 0.6 | 3 | 0.6 |
| Global Exp. | 0.20 | 4 | 0.8 | 3 | 0.6 |
| **Total** | 1 |  | 3.7 |  | 2.95 |

Kesimpulan :

Stelah di Analisis, PT. Sampoerna memiliki beberapa point unggul dibandingkan dengan PT. Gudang Garam. Seperti *Market Share*, *Fin Position*, *Cosumer Loyalty, Global Exp.* Serta berdasarkan total *Score* yang di dapat PT sampoerna memiliki *Score* yang cukup jauh dibandingkan dengan *Score* PT. Gudang Garam. Hal ini menyatakan bahwa PT. Sampoerna Sangat Unggul dibandingkan dengan PT. Gudang Garam.

* **Internal Factor Evaluation (IFE)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Key Internal Factors** | **Weight** | **Rating** | **Weighted Score** |
|  | **Strength** |  |  |  |
| 1 | Menguasai 33,4% pangsa pasar | 0.15 | 4 | 0.6 |
| 2 | Jaminan tersedia modal yang tinggi | 0.07 | 3 | 0.21 |
| 3 | Tingkat perpindahan karyawan pada tahun 2016 relatif sama dengan tahun sebelumnyaa | 0.03 | 2 | 0.06 |
| 4 | Perusahaan bermitra dengan 38 Mitra Produksi Sigaret (MPS) | 0.05 | 2 | 0.1 |
| 5 | Laba bersih di tahun 2016 meningkat 23,1% | 0.08 | 3 | 0.24 |
| 6 | Selektif dalam memilih vendor dan produsen | 0.03 | 2 | 0.06 |
| 7 | Sertifikasi ISO: 14001 (Sistem Manajemen Lingkungan) | 0.08 | 3 | 0.24 |
| 8 | Sertifikasi OHSAS 18001 (Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja) | 0.09 | 3 | 0.27 |
| 9 | Budaya perusahaan mencerminkan komitmen Sampoerna kepada masyarakat, pemegang saham, mitra usaha dan karyawannya | 0.07 | 3 | 0.21 |
| 10 | Adanya departemen kepatuhan yang meningkatkan ketertiban karyawan dan mitra bisnis | 0.02 | 3 | 0.06 |
|  | **Weakness** |  |  |  |
| 1 | Harga produk yang cukup tinggi | 0.05 | 4 | 0.2 |
| 2 | Produk tidak diminati pasar internasional | 0.03 | 3 | 0.09 |
| 3 | Penjualan rokok di pasar domestik menurun sebesar 3,9% | 0.07 | 2 | 0.14 |
| 4 | Beban pokok penjualan meningkat sebesar 0,7% | 0.08 | 2 | 0.16 |
| 5 | Liabilitas perusahaan pada tahun 2016 meningkat 39% | 0.1 | 3 | 0.3 |
|  | **Total** | 1 |  | 2.94 |

* **Strategic Advantage Profile**

|  |  |
| --- | --- |
| **Internal Area** | **Competitive Strength or Weakness** |
| Marketing | (+)Memiliki Pangsa Pasar terbanyak yaitu sebesar 33,4% |
| (-) Penjualan rokok di pasar domestik menurun sebesar 3,9% |
| (-)Produk perusahaan kurang diminati pasar i*nternasional* |
| (-) Penjualan rokok di pasar domestik pada tahun 2016 menurun sebesar 3,9% |
| R & D | (-) Kurang berkembangnya Produk Avolution |
| Operation | (+) Hebatnya Sampoerna dalam memberikan kualitas tembakau |
| (+) Sertifikasi OHSAS 18001 (Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja) |
| (+) Sertifikasi ISO: 14001 (Sistem Manajemen Lingkungan) |
| (-) Harga produk perusahaan lebih mahal dibanding dengan pesaing |
| Corporate Resource | (+) Budaya perusahaan mengacu pada Pedoman Perilaku PMI |
| (+) Selekti dalam memilih vendor dan produsen |
| (+) Adanya departemen kepatuhan untuk menjaga ketertiban karyawan dan mitra bisnis |
| Financial | (+)Memiliki Kredibilitas yang tinggi di mata para *Stake Holder (*Pemegang Saham) |
| (+)Modal perusahaan terjamin tinggi karena berinduk pada PMI |
| (+) Laba bersih di tahun 2016 meningkat 23,1% |
| (-) Liabilitas perusahaan pada tahun 2016 meningkat 39% |
| (-) Beban pokok penjualan di tahun 2016 meningkat sebesar 0,7% |

Week 5

Strategi Jangka Panjang PT. Sampoerna  
**SO Strategy**  
(S1,O4) Inovasi terbaru produk untuk target mancanegara  
(S4,O1) Berusaha untuk mencari investor,dibawah naungan Philip morris memudahkan sampoerna untuk mencari modal.  
(S5,03) Promosi besar-besaran untuk menigkatkan brand awareness dan ekspansi bisnis.  
(S3,05) melakukan strategi merebut customer  
(S2,O2)Tetap mempertahankan pangsa pasar mild yang sedang trend saat ini  
**OW Strategy**  
(W5,O1) Atur strategi untuk mempromosikan Avolution di luar negeri melalui bantuan perusahaan Philip Morris  
(W3,O2) Lebih memfokuskan strategi untuk mempertahankan mild sebagai tren saat ini  
(W2,O4) Buat Inovasi terbaru untuk membuat rokok putih.  
(W1,O5) Tekankan Finest Quality kepada customer dan buat persepsei finest Quality tersebut melalui media promosi.  
(W4,O3) Pada event yang berskala besar adakan promosi besar-besaran untuk  
meningkatkan awareness customer.  
**SO Strategy**  
(S5,T1) Ikut dalam kampanye anti-rokok untuk meningkatkan awareness  
(S2,T3) Kendalikan pangsa pasar dengan menurunkan harga mild.  
(S3,T5) Berusaha untuk mendapatkan sponsor melalui syarat tertentu  
(S5,T4) adakan riset untuk mencari bahan baku yang lebih murah.  
(S1,T2) Pertahankan customer dan bangun persepsi di customer bahwa sampoerna The Finest Quality  
**OW Strategy**   
(W3,T2) Melakukan penetrasi pasar untuk produk SKM filter  
(W1,T1) Membuat Strategi CSR untuk menghadapi perda rokok.  
(T4, W5) Buat citra Avolution lebih exclusive lalu ekspor keluar negeri.  
(W4,T5) Manfaatkan event berkala sampoerna untuk promosi produk.

Strategi Yang digunakan Oleh PT. Sampoerna

1. Market Driven Strategy

PT Sampoerna untuk mengawali menjadikan Market Sebagai Orientasi Untuk Membuat Strategy harus diyakini bahwa customer merupakan raja sudah sepatutnya raja harus dipenuhi kebutuhannya dan keinginannya. Perlu adanya upaya yang menjaga hubungan dengan para customer untuk mempertahankan loyalitasnya, untuk dapat mempertahankan loyalitas customer harus ada observasi pada pasar, mengetahui apa yang diinginkan pasar, membuat sebuah inovasi produk baru yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.   
Market Driven Strategy secara garis besar adalah strategi yang diaplikasikan dengan cara memahami pasar, customers dan pesaing. Memahami pasar dapat diartikan bahwa produk yang kita berikan harus sesuai apa yang diinginkan pasar tersebut melalui. Memahami customer dapat diartikan selain membuat produk yang diinginkan pasar, sebagai businessman kita juga harus dapat memberikan nilai tambah (value) kepada customer,value yang diberikan harus lebih dari pengorbanan yang telah dilakukan. Setelah kita memahami pasar, memahami customer kita juga harus memahami pesaing, kita harus memahami kondisi pesaing, value apa yang diberikan pesaing kepada customer, teknologi apa yang pesaing pakai dll.   
PT Sampoerna sudah berbasis Berorientasikan Market Driven Strategy sejak kemunculan produk A mild. Produk A mild merupakan salah satu implementasi dari market driven strategy dikarenakan produk A mild memiliki keunikan tersendiri dengan kandungan nikotin dan tar yang rendah. Produk A mild memilki keunikan tersendiri dilihat dari tema komunikasi pertamanya ‘Taste of the Future’ yang ingin mencirikan produk A mild memiliki perbedaan yang bukan rasa tetapi juga sebuah gaya hidup masa depan.

2. Blue Ocean Strategy.

Blue Ocean Strategy yang digunakan PT. HM Sampoerna dalam bisnisnya dapat dilihat dengan diluncurkannya produk A Mild. Peluncuran ini cukup mengagetkan banyak pihak, terutama industri rokok saat itu. Hal ini disebabkan karena produk A-Mild merupakan produk yang unik, yang tidak tergolong dalam kategori manapun, dari tiga kategori besar rokok yang ada saat itu, yaitu sigaret keretek tangan (SKT), sigaret keretek mesin (SKM) reguler, dan sigaret putih mesin (SPM). Melalui A-Mild PT Sampoerna Tbk mengambil langkah berani untuk membuat sebuah kategori baru, yakni SKM mild. Sejak awal A-Mild memang sudah dirancang untuk menjadi produk yang tidak ada duanya di pasar domestik saat itu. A-Mild merupakan rokok rendah nikotin (Low Tar Low Nicotine) pertama di Indonesia dengan komposisi tar/nikotin 14 mg/1.0 mg. Tidak hanya pada komposisi, Sampoerna juga melakukan perubahan pada kemasan A-Mild dengan mengurangi isi 20 batang menjadi 16 batang. Untuk inovasi produk A Mild dibutuhkan waktu 2 tahun untuk mempersiapkannya. Hal ini dikarenakan pada saat itu tidak ada benchmark produk yang dapat dijadikan acuan, termasuk di pasar internasional. Yang ada hanya berbagai survey dan riset yang melibatkan konsumen, termasuk di antaranya uji buta yang tidak hanya dilakukan sekali, tapi beberapa kali di beberapa kota.   
Tahun 1994 A-Mild mengganti motto kampanye Taste of the future dan menggantinya dengan How low can you go. Dengan motto ini Sampoerna seolah-olah menantang konsumen untuk berpikir ulang mengenai jenis rokok yang mereka konsumsi. Cara ini terbukti efektif karena penjualan A-Mild naik tiga kali lipat, dari sebelumnya hanya 18 juta batang per bulan menjadi 54 juta batang per bulan. Dan seiring dengan berjalannya waktu, penjualan A-Mild pun terus naik. Tahun 1996, A-Mild sudah menembus penjualan sebanyak 9,8 miliar batang, atau 4,59% total penjualan rokok nasional. Di tahun 2005, rokok SKM mild sudah mengambil porsi 16,97% total rokok nasional. Hingga kini A-Mild telah menjadi salah satu produk unggulan dari Sampoerna dengan penguasaan pasar sekitar 50%.

3. Memberi “Customer Value” Pada Produknya

Pada perusahaan sampoerna, Customer value diimplementasikan dengan cara limited edition pada beberapa produk sampoerna, yaitu A-mild. Sampoerna memproduksi limited edition pada produk A-mild kemasan 12 batang, Dengan adanya A mild limited edition, Sampoerna memberikan nilai tambah dengan memberikan tampilan yang berbeda dari bungkus rokok biasa dan tercantum joke pada bungkus rokok limited edition tersebut seperti ‘Kalo cinta itu buta, buat apa ada bikini’, joke tersebut sangat memberikan nilai tambah kepada para customer muda. Edisi terbatas (limited edition) dimaksudkan untuk menarik konsumen muda dan juga limit ededition A-mild diperuntukkan untuk meningkatkan penjualan A-mild kemasan 12 batang yang cukup rendah dibandingkan A mild kemasan 16 batang.

4. Diversifikasi Produk

Diversifikasi adalah strategi penempatan dana investasi kita ke instrumen yang berbeda-beda.Alasan mengapa PT. HM SAMPOERNA Tbk. melakukan diversifikasi. Diversifikasi produk adalah upaya yang dilakukan perusahaan untuk memasarkan beberapa produk yang sejenis dengan produk yang sudah dipasarkan sebelumnya. Perusahaan melakukan diversifikasi produk ditujukan:   
•untuk membuat produk tahan lebih lama,   
•mengarah kepada produk siap konsumsi / digunakan,   
•memenuhi selera, kebutuhan dan harapan konsumen,   
•memperluas pasar, mempermudah transportasi, menyerap tenaga kerja, member nilai tambah, pendapatan dan lain sebagainya.

**Balance Scorecard**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Perspektif | Objectives | Measures | Targets | Initiatives |
| Finance | Menambah Modal | Berdasarkan Selisih Modal periode lalu dengan periode sekarang | 100,00% | Melakukan Stock split 1:25 |
| Memberikan keuntungan kepada Investor | Labar per saham | 10,00% | Menambah nominal deviden yang diberikan kepada investor |
| Pendapatan Meningkat | Annual Report 2016 | 3,90% | Mengevaluasi kinerja periode sebelumnya |
| Customer | Loyalitas Konsumen | Laporan Penjualan | 75,00% | Memberikan Sponsor acara kepada acara musik yang di gelar para pengguna sampoerna |
| Meningkatkan Brand Awareness | Awareness Konsumen | 75,00% | Promosi besar besaran |
| Learning and growth | Peningkatan Konsumen Sampoerna | Laporan Penjualan | 30,00% | Memberikan Pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan sekarang dan di masa yang akan datang |
| Memperluas Pangsa Pasar | Awareness Konsumen | 100,00% | Mempromosika Produk Sampoerna di luar negeri melalui bantuan Philip Morris |
| Inovasi Produk | Produk sebelumnya dengan produk yang baru | 100,00% | Membuat Rokok Putih |
| Internal Business Process | Meningkatkan Performa | Perkembangan Kinerja Periode sebelumnya dengan Periode sekarang | 25,00% | Memberikan Pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan sekarang dan di masa yang akan datang |
| Tata Kelola Perusahaan yang Baik | Penghargaan penghargaan yang telah di terima Sampoerna | Mendorong Bisnis dengan Tata Kelola Perusahaan yang Baik | Patuh pada semua Aturan yang berlaku |
|  | Mengendalikan Pangsa Pasar | Tingkat Penjualan | 100% | Menurukan harga produk Sampoerna |

STRATEGI GENERIC PORTER SAMPOERNA

Menurut Porter (1985) ada dua jenis dasar competitive advantage yang bisa dimiliki oleh perusahaan yaitu low cost dan differentiation. Atas dasar itu ada tiga strategi generik untuk bisa mencapai hasil yang lebih baik dari rata-rata di dalam suatu industri. Ketiga strategi generik itu terdiri dari: cost leadership, differentiation dan focus. Ditambah dengan dua variasi dari strategi focus yaitu: cost focus dan differentiation focus.

1. Diferensiasi

PT HM Sampoerna memiliki produk dengan keunikan tersendiri dalam pasar yang jadi sasarannya. Keunikan produk memungkinkan suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya.

Dari kategori Sigaret Kretek Mesin (SKM), yaitu rokok dengan kandungan tar dan nikotin yang rendah, ada merek A Mild dan U Mild. A Mild diluncurkan oleh Sampoerna pada tahun 1989 dan merupakan pelopor produk rokok kategori LTLN (rendah tar rendah nikotin) di Indonesia. Sedangkan U Mild adalah produk terbaru yang diproduksi mulai tahun 2005.

Selain itu, ada varian Dji Sam Soe yang meliputi segmen SKT (Sigaret Kretek Tangan) dan SKM. Dji Sam Soe Filter, Dji Sam Soe Magnum Filter, dan Dji Sam Soe Magnum Blue yang baru diluncurkan pada awal tahun 2014, merupakan bagian dari segmen SKM. Sedangkan Dji Sam Soe Kretek dan Dji Sam Soe Super Premium merupakan bagian dari segmen SKT.

Sampoerna merupakan distributor merk internasional Marlboro. Marlboro diluncurkan di Indonesia pada tahun 1984 oleh PMID dan merupakan salah satu merek internasional terbesar di pasaran. PT HM Sampoerna mendistribusikan Marlboro di Indonesia. Saat ini terdapat lima varian Marlboro yang terdiri dari Marlboro Red, Marlboro Lights, Marlboro Black Menthol, Marlboro Lights Menthol, dan Marlboro Ice Blast.

Dalam segi pemasaran pun, PT HM Sampoerna memiliki cara unik dengan membuat slogan yang melekat di ingatan konsumen. Seperti pada produk A Mild yag terus berganti slogan tiap beberapa periode. Slogan tersebut antara lain:

* How long can you go (1990-1994)
* Bukan basa basi (1995-2002)
* Others ca only follow, Tanya kenapa?, dan Pilihan Gue (2002-2009)
* Go Ahead (2009-sekarang)

Berikut ini beberapa gambar poster iklan milik PT HM Sampoerna:







Iklan yang dibuat HM Sampoerna selalu mengusung yang tidak biasa dan menarik, sehingga iklan tersebut selalu diingat dipikiran masyarakat secara luas, khususnya target pasar Sampoerna.



Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan menurut teori strategic generic porter, PT HM Sampoerna menggunakan strategi diferensiasi. Dimana pada strategi ini perusahaan cenderung memilih untuk mengembangkan ciri khas dari produk maupun perusahaannya sendiri. Hal tersebut dapat dicapai dengan program – program pemasaran yang dapat meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat umumnya.

Week 6

**IE MATRIX**



Pada data sebelumnya telah diketahui perhitungan IFE dan EFE. EFE memiliki nilai sebesar 2,6 dan IFE memiliki nilai 2,94. Jika melihat pada IE Matrix di atas maka dapat disimpulkan bahwa PT HM Sampoerna berada pada kuadran V yang artinya menggunakan strategi Hold & Maintain. Strategi ini terdiri dari market penetration dan product development. Hal ini dibuktikan dengan implementasi strategi Sampoerna dalam product development. Sampoerna menciptakan produk Avolution. Selain itu dalam implementasi strategi market penetration Sampoerna meningkatkan penjualan produk melalui berbagai event yang Sampoerna buat, salah satunya adalah Sound Adrenaline 2017.

Week 9

**Annual Objektif PT HM SAMPOERNA**

Salah satu tujuan utama sampoerna adalah menjadi perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial, di tingkat lokal maupun global. Di setiap negara tempat produk sampoerna dijual, sampoerna dipandu oleh prinsip dasar yang sama:

* Sampoerna menyampaikan dampak serius merokok terhadap kesehatan.
* Sampoerna menganjurkan regulasi tembakau yang efektif, berdasarkan bukti serta berlandaskan pada prinsip pengurangan bahaya.
* Sampoerna mendukung pelaksanaan dan pemberlakuan tegas ketentuan yang mengatur usia minimum pembelian produk tembakau. Sampoerna juga bekerjasama erat bersama pengecer dan mitra lain untuk menerapkan program pencegahan merokok di kalangan anak dan remaja.
* Sampoerna bekerja sama dengan pembuat kebijakan, lembaga penegak hukum, dan pihak pengecer untuk memerangi perdagangan ilegal rokok palsu dan selundupan.
* Sampoerna menerapkan kebijakan dan program untuk menjalankan operasi yang mendukung keberlanjutan, termasuk mengurangi penggunaan sumber daya alam, menurunkan emisi karbon, mendaur ulang serta mengurangi limbah.
* Sampoerna bekerja sama dengan petani dan pemasok untuk mengembangkan pertanian tembakau yang berkelanjutan.
* Melalui program Agricultural Labor Practices (ALP/Praktik Tenaga Kerja Pertanian), sampoerna bekerjasama dengan pemasok dan petani, lembaga masyarakat, dan pemerintah untuk mengatasi masalah pekerja anak dan pelanggaran lainnya tentang ketenagakerjaan terkait dengan mata rantai pasokan sampoerna.
* Sampoerna berkontribusi untuk meningkatkan kehidupan masyarakat lokal di mana sampoerna beroperasi dan menghasilkan tembakau sampoerna dengan membantu masyarakat melalui kegiatan sosial, kegiatan sukarela, dan dukungan terhadap berbagai lembaga nirlaba

**Hierarkri Objektif PT HM SAMPOERNA**

Company Strategis :

PT Sampoerna untuk mengawali menjadikan Market Sebagai Orientasi Untuk Membuat Strategy harus diyakini bahwa customer merupakan raja sudah sepatutnya raja harus dipenuhi kebutuhannya dan keinginannya. Perlu adanya upaya yang menjaga hubungan dengan para customer untuk mempertahankan loyalitasnya, untuk dapat mempertahankan loyalitas customer harus ada observasi pada pasar, mengetahui apa yang diinginkan pasar, membuat sebuah inovasi produk baru yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

Supporting Polices :

* Information System : untuk menyediakan solusi sistem untuk semua pengguna sistem informasi di Sampoerna. Konsumen sampoerna adalah seluruh departemen di Sampoerna, maka dari itu sampoerna selalu bekerja sama dengan pihak-pihak tersebut demi tercapainya fungsi sistem informasi yang efektif dan efisien.
* Finance : Peran sampoerna adalah untuk memberikan informasi yang akurat, tepat waktu dan relevan dengan menggunakan teknologi unggul untuk mendukung dan berpartisipasi dalam semua aspek bisnis dan untuk menjaga aset PMI.
* Human Resources : untuk menciptakan metode rekruitmen yang efektif. Tujuannya adalah untuk merekrut orang-orang yang memang mempunyai talenta dan keinginan kuat untuk maju bersama Sampoerna.
* Corporate Affairs : memiliki peraturan yang stabil dan jelas yang diberlakukan sama bagi semua perusahaan tembakau. Itulah sebabnya sampoerna bekerja sama dengan pemerintah dalam formulasi kebijakan guna mencari solusi terbaik bagi bisnis sampoerna dan industri tembakau secara keseluruhan.

Divisional Objective :

Perusahaan melaporkan penjualan bersih sebesar Rp 95,5 triliun di tahun 2016, naik 7,2% dari Rp 89,1 triliun di tahun 2015. Perusahaan juga melaporkan pertumbuhan laba bersih sebesar 23,1% di tahun 2016 dibandingkan tahun 2015.

Supporting Policies :

* Setiap divisi ini harus mengajukan laporan pengungkapan reports & disclosure Sebagai salah satu perusaahaan publik, sampoerna berkewajiban untuk mematuhi peraturan Bapepam-LK dan peraturan perundang-undangan lainnya di bidang pasar modal, termasuk di antaranya untuk memberikan laporan keuangan per kwartal, per tahun serta mengumumkannya di surat kaba
* Laporan Tahunan / Annual Report

Setiap divisi memberikan laporan annual repot tahunan

* Laporan Keuangan / Financial Statement

Setiap divisi memberikan laporan keuangan per bulan

* Laporan dan Pengungkapan Pasar Modal Terkait Undang-undang / Reports and Disclosure of Capital Market with regards to Law
* Pengumuman Surat Kabar / Newspaper Announcement

**Production Department Objective**

PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. (HMSP), Philip Morris International Inc., melaporkan produksi rokok di Indonesia periode 2015 naik tipis 0,1% cenderung stagnan sebanyak 109,8 miliar batang dari tahun sebelumnya 109,6 miliar batang.

**Supporting Policies :**

1. Gaji atau upah

a. Pengupahan karyawan yang bekerja pada perusahaan akan menerima gaji yang disusun dan ditentukan atas tingkatan masing-masing

b. Upah dalam masa percobaan pegawai yang sedang dalam masa percobaan diberikan upah sebesar 80% dari upah pokok per bulan,minimal sesuai UMR yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

c. Kenaikan upah pegawai secara umum akan ditinjau tiap tahun dengan mempertimbangkan inflasi dan keuangan perusahaan.

2. Lembur

a. Pada dasarnya kerja lembur dilakukan sesuai kebutuhan perusahaan bersifat sukarela, namun untuk hal-hal tertentu merupakan kewajiban karyawan melaksanakan kerja lembur.

b. Pegawai yang bekerja lembur selama 3(tiga) jam atau lebih berturut- turut dalam 1 (satu) hari, berhak mendapatkan makanan.

c. Kerja lembur dengan alasan-alasannya harus diajukan oleh atasan langsung dengan memakai formulir yang ada dan pembayaran upah lembur dapat disetujui jika telah mendapat persetujuan dari atasan langsung.

3. Insentif

a. Seluruh pegawai dibagikan uang insentif berdasarkan kelebihan target pendapatan bulanan.

b. Besarnya target pendapatan bulanan ditetapkan oleh manajemen melalui SK Direktur.

c. Besarnya uang insentif ialah 5% dari kelebihan target pendapatan bulanan.

4. Tunjangan jabatan

General Manager, Director Sales, Manager Regional Wholesale Engagement, Manager Regional Retail Engagement mendapatkan tunjangan jabatan setiap bulan yang besarnya ditetapkan sesuai prosedur Sampoerna Human resources Policy.

5. Tunjangan hari raya

a. Perusahaan akan memberikan tunjangan hari raya kepada pegawai yang telah bekerja pada perusahaan selama 3 (tiga) bulan secara terus menerus atau lebih.

b. Besarnya tunjangan hari raya diberikan dengan ketentuan sebagai berikut :

1) Karyawan yang telah mempunyai masa kerja 12 (dua belas) bulan secara terus menerus atau lebih besar 1 (satu) bulan upah.

2) Karyawan yang telah mempunyai masa kerja 3 (tiga) bulan atau lebih secar terus menerus, tetapi kurang dari 12 (dua belas) bulan diberikan secara proporsional.

6. Makan

a. Pada dasarnya perusahaan menyediakan makan siang setiap hari kerja, bila satu dan lain hal perusahaan tidak bias menyediakan fasilitas makan siang, maka akan diberikan pengganti makan siang.

b. Setiap karyawan yang bekerja lembur sebelum jam 06.00, melebihi jam

12.00 atau jam 18.30 waktu setempat mendapatkan uang lembur.

c. Penyediaan makanan atau besarnya uang pengganti makan ditentukan oleh perusahaan.

d. Untuk karyawan yang beragama islam dan berpuasa pada bulan Ramadhan, akan diberikan tunjangan puasa sebagai pengganti fasilitas makan siang yang bentuk, besarnya tunjangan puasa dan waktu pemberiannya ditentukan oleh perusahaan.

7. Tunjangan kecelakaan bukan karena kecelakaan kerja

a. Terlepas dari santunan JAMSOSTEK, perusahaan akan memberikan bantuan biaya penguburan sebesar Rp 1.500.000,- apabila karyawan meninggal dunia. Bantuan ini diberikan kepada ahli waris dari karyawan yang meninggal dunia tersebut.

b. Perusahaan memberikan tunjangan kematian sebesar Rp 500.000,- kepada karyawan apabila suami/istri/anak karyawan meninggal dunia atau apabila orang tua karyawan meninggal dunia bagi karyawan yang belum berkeluarga.

8. Jaminan hari tua

Pegawai dibawah usia 55 tahun dijaminkan pada program jaminan hari tua JAMSOSTEK yang dapat diterimakan pada usia 55 tahun atau meninggal dunia atau pemutusan kerja dengan kepesertaan minimal 5 (lima) tahun.

9. Upah selama sakit

a. Karyawan berhak cuti sakit apabila mendapat surat keterangan dokter perusahaan atau telah di setujui oleh dokter perusahaan.

b. Apabila karyawan tidak dapat masuk kerja dalam jangka waktu yang cukup lama dikarenakan suatu penyakit atau kecelakaan dengan keterangan dokter/dokter perusahaan, maka karyawan berhak mendapat cuti dengan menerima gaji sebagai berikut :

4 (empat) bulan pertama : 100% (seratus persen)

4 (empat) bulan kedua : 75% (tujuh puluh lima persen)

4 (empat) bulan ketiga : 50% (lima puluh persen)

Untuk (4empat) bulan terakhir/keempat : 25% (dua puluh lima persen), sebelum pemutusan hubungan kerja dilakukan oleh perusahaan.

10. Istirahat atau cuti

a. Istirahat tahunan

1) Setelah menjalani masa kerja selama 12 (dua belas) bulan terus- menerus tanpa terputus-putus, karyawan berhak mendapatkan hak istirahat tahunan selama 12 (dua belas) hari kerja dengan tetap mendapat gaji penuh.

2) Istirahat tahunan ditetapkan dalam 2 (dua) cara :

a) Bagi karyawan yang terkena dampak langsung oleh penutupan fungsi-fungsi tertentu dalam perusahaan, maka istirahat tahunannya adalah sebagai berikut

6 (enam) hari kerja pada saat Idul fitri.

6 (enam) hari kerja pada saat Natal dan Tahun baru.

b) Bagi karyawan yang tidak terkena dampak langsung oleh penutupan fungsi-fungsi tertentu didalam perusahaan, maka cuti tahunannya diatur secara individu.

b. Cuti hamil

Karyawan wanita berhak mengambil cuti hamil selama 3 (tiga) bulan dengan upah penuh dan tidak menghilangkan hak cuti tahunan.

c. Cuti naik haji

1) Pegawai yang akan menunaikan ibadah haji pertama dapat diijinkan dengan biaya sendiri.

2) Waktu menunaikan ibadah haji, upah dibayar penuh sepanjang tidak lebih dari 2 (dua) bulan.

**Policies Sebagai Guidelines Bagi Pegawai**

Policies (Keamanan) benar-benar sebuah proses berlapis-lapis. Setelah penilaian selesai, kebijakan akan jatuh dengan cepat di tempat karena akan lebih mudah bagi organisasi untuk menentukan kebijakan keamanan berdasarkan apa yang telah dianggap paling penting dari penilaian risiko. Penilaian harus membantu penciptaan hard kebijakan barang-barang seperti ini:

* Password
* Manajemen patch
* Karyawan perekrutan dan praktek pemutusan

CATATAN

Tingkat rendah pemeriksaan adalah untuk karyawan mulai dari tingkat rendah pekerjaan. Sebelum mereka pindah ke posisi yang lebih tinggi, pemeriksaan tambahan harus dilakukan.

* Backup praktek dan persyaratan penyimpanan
* Keamanan kesadaran pelatihan
* Antivirus
* Sistem setup dan konfigurasi

Untuk keamanan menjadi efektif, harus mulai dari bagian atas sebuah organisasi. Harus menyerap setiap tingkat hirarki. Manajemen senior harus membuat keputusan tentang apa yang harus dilindungi, bagaimana harus dilindungi, dan sampai sejauh mana itu harus dilindungi. Temuan ini harus dibuat ke dalam dokumen tertulis.

Sebelum dokumen-dokumen ini terkunci dalam sebagai kebijakan, mereka harus diteliti untuk memastikan bahwa mereka akan kompatibel dengan semua negara bagian, federal, dan hukum lokal. Dokumen-dokumen ini juga harus jelas menyatakan apa yang diharapkan dari karyawan dan apa hasil dari ketidakpatuhan akan.

**Kebijakan Keamanan**

Kebijakan adalah tingkat atas dokumen keamanan diformalkan. Ini tingkat tinggi menawarkan dokumen pernyataan umum tentang aset organisasi dan apa yang tingkat perlindungan mereka harus memiliki.Kebijakan ditulis dengan baik harus menguraikan siapa yang bertanggung jawab untuk keamanan, apa yang perlu dilindungi, dan apa yang tingkat risiko yang dapat diterima. Mereka banyak ingin rencana strategis karena mereka menguraikan apa yang harus dilakukan tetapi tidak secara spesifik menentukan bagaimana untuk mencapai tujuan lain. Keputusan-keputusan yang tersisa untuk standar, landasan, dan prosedur. Kebijakan keamanan dapat ditulis untuk memenuhi penasehat, kebutuhan informatif, dan peraturan. Masing-masing memiliki peran unik atau fungsi.

Elemen kunci dalam kebijakan adalah bahwa ia harus menyatakan tujuan manajemen terhadap keamanan.

**Penasehat Kebijakan**

Tugas kebijakan penasehat adalah untuk memastikan bahwa semua karyawan tahu konsekuensi dari perilaku tertentu dan tindakan. Berikut ini adalah kebijakan penasehat contoh:

Ilegal penyalinan: Karyawan tidak boleh men-download atau menginstal perangkat lunak komersial, shareware, atau freeware ke setiap drive jaringan atau disk kecuali mereka memiliki izin tertulis dari administrator jaringan Bersiaplah untuk dimintai pertanggungjawaban atas tindakan Anda, termasuk hilangnya hak jaringan,. ditulis teguran, masa percobaan, atau pemutusan hubungan kerja jika Peraturan Tepat Guna dilanggar.

**Informatif Kebijakan**

Jenis kebijakan tidak dirancang dengan penegakan dalam pikiran, melainkan dikembangkan untuk pendidikan. Tujuannya adalah untuk menginformasikan dan mencerahkan karyawan. Berikut ini adalah contoh kebijakan informatif:

Dalam kemitraan dengan Sumber Daya Manusia, pekerjaan ombudsman karyawan adalah untuk melayani sebagai advokat untuk semua karyawan, memberikan mediasi antara karyawan dan manajemen. Proyek ini adalah untuk membantu menyelidiki keluhan dan memediasi penyelesaian adil ketika pihak ketiga diminta.

**Peraturan Kebijakan**

Kebijakan ini digunakan untuk memastikan bahwa organisasi sesuai dengan hukum lokal, negara bagian, dan federal. Sebuah contoh kebijakan peraturan mungkin menyatakan:

Karena perubahan terbaru untuk hukum negara Texas, Perusahaan sekarang akan mempertahankan catatan dari penemuan karyawan dan paten selama 10 tahun; semua pesan email dan setiap cadangan dari email seperti yang terkait dengan paten dan penemuan akan disimpan selama satu tahun.

**Standart**

Standar jauh lebih spesifik dari kebijakan. Standar adalah dokumen taktis karena mereka lay out langkah-langkah spesifik atau proses yang diperlukan untuk memenuhi persyaratan tertentu. Sebagai contoh, standar mungkin menetapkan persyaratan wajib bahwa semua komunikasi email dienkripsi. Jadi meskipun tidak menentukan standar tertentu, tidak menguraikan bagaimana hal itu harus dilakukan. Yang tersisa untuk prosedur ini.

**Baseline**

Dasar adalah tingkat minimum keamanan bahwa sistem, jaringan, atau perangkat harus mematuhi. Baseline biasanya dipetakan dengan standar industri. Sebagai contoh, sebuah organisasi mungkin menentukan bahwa semua sistem komputer mematuhi Terpercaya Kriteria minimum Komputer Sistem Evaluasi (TCSEC) C2 standar. Standar TCSEC dibahas secara rinci dalam Bab 5, “Sistem Arsitektur dan Model.”

**Pedoman (Guidelines)**

Sebuah pedoman menunjuk ke sebuah pernyataan dalam suatu kebijakan atau prosedur yang digunakan untuk menentukan tindakan. Ini adalah rekomendasi atau saran tentang bagaimana segala sesuatu harus dilakukan. Hal ini dimaksudkan untuk menjadi fleksibel sehingga dapat disesuaikan untuk situasi individu.

**Prosedur**

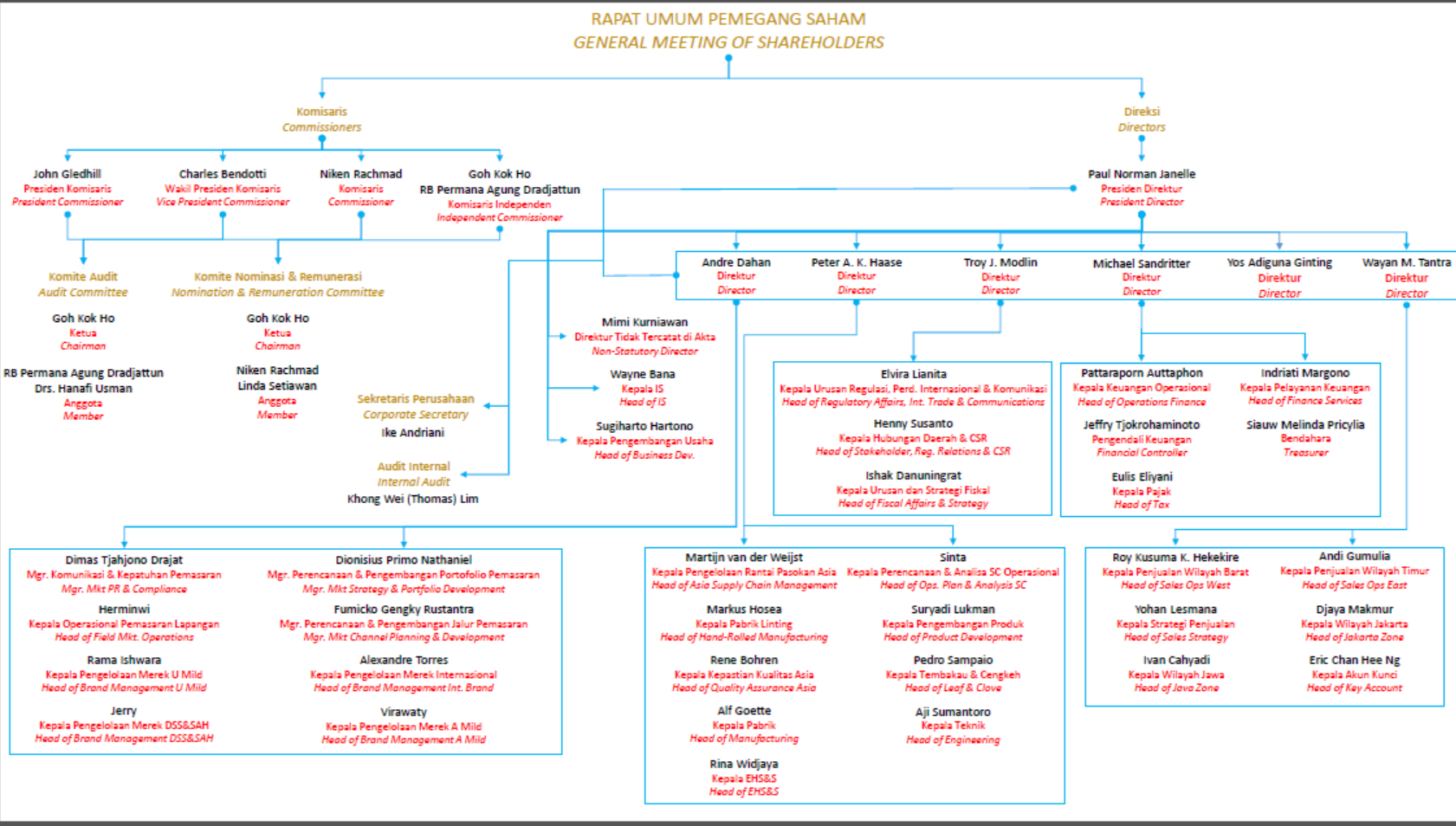
Suatu prosedur adalah yang paling spesifik dari dokumen keamanan. Prosedur adalah, rinci mendalam, langkah-demi-langkah dokumen yang merinci apa yang harus dilakukan. Sebagai analogi, ketika ibu saya dikirim istri saya resep rahasia untuk tiga kue lapis, itu dijelaskan langkah demi langkah apa yang perlu dilakukan dan bagaimana. Bahkan ditentukan oven konveksi, yang ibuku dinyatakan adalah syarat mutlak.

Prosedur adalah dokumen rinci, mereka terikat dengan teknologi khusus dan perangkat Anda harus berharap untuk melihat perubahan prosedur sebagai perubahan peralatan. Sebagai contoh, bayangkan bahwa perusahaan Anda telah menggantikan firewall Checkpoint dengan Cisco PIX. Meskipun kebijakan dan standar mendikte peran firewall dalam organisasi Anda mungkin tidak akan berubah, prosedur untuk konfigurasi firewall akan.

Ini disayangkan bahwa kadang-kadang bukan keledai terkemuka gerobak, gerobak membawa keledai. Dengan ini, saya berarti bahwa kadang-kadang kebijakan dan prosedur yang dikembangkan sebagai hasil dari peristiwa negatif atau audit. Audit atau kebijakan tidak boleh mengemudi proses; penilaian seharusnya. Tujuan penilaian adalah untuk memberikan manajemen peralatan yang diperlukan untuk memeriksa semua masalah saat ini diidentifikasi. Dari ini, manajemen dapat memprioritaskan tingkat eksposur mereka merasa nyaman dengan dan pilih tingkat yang sesuai kontrol. Tingkat kontrol ini kemudian harus terkunci ke dalam kebijakan.



**Tipe Struktur Organisasi PT. Sampoerna**



Gambar 1.0 : Struktur Organisasi PT sampoerna

Analisis :

PT. Sampoerna menggunakan Jenis Struktur Organisasi Fungsional. Hal ini berdasarkan dari tabel organisasi di atas. Dapat di lihat dari fungsi manajemennya seperti pemasaran, keuangan, produksi, dllyang telah di kelompokkan masing masing.Contoh : *Michael sandritter* menjadi Direktur keuangan dan di bawahnya ia mengepalai pembagian kerja yang berhubungan dengan keuangan saja.

Selain itu, alasan PT. Sampoerna menggunakan fungsi fungsional adalah karena PT. Sampoerna hanya memproduksi 1 produk saja yaitu rokok yang dimana apabila pembuatan 1 produk saja akan lebih efektif jika menggunakan Struktur organisasi Fungsional hal ini bertujuan agar PT. Sampoerna dapat menekan Biaya Operasional yang akan di keluarkan perusahaan, dan Penggunaan SDM yang efektif dan efisien.

**Best Practise Perusahaan**

Best practice adalah metode atau teknik yang secara umum diterima lebih unggul daripada alternatif lain karena menghasilkan hasil yang lebih tinggi daripada yang dicapai dengan cara lain atau karena hal itu telah menjadi cara standar dalam melakukan sesuatu.

Untuk menjadi perusahaan yang memiliki best practice, perusahaan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Menurunkan biaya

2. Meningkatkan kualitas atau kinerja

3. Mempersingkat waktu

4. Meningkatkan keamanan

5. Menyampaikan beberapa pendapat operasional lainnya yang bersifat positif

PT HM sampoerna memenuhi 2 dari 5 syarat perusahaan dengan best practice, yaitu meningkatkan kualitas dan meningkatkan keamanan.

1. Meningkatkan Kualitas

Produk rokok milik PT HM Sampoerna sudah terjamin memiliki kualitas tinggi dan digemari pasar, terbukti dengan pangsa pasar yang mencapai 33,4%. Sampoerna sangat menjaga kualitas produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan. Sampoerna memiliki prosedur untuk melakukan identifikasi, evaluasi dan pengambilan keputusan bila produk, proses dan pelayanan perusahaan tidak sesuai dengan standar, sehingga produk yang tidak sesuai tersebut tidak sampai ke konsumen akhir. Berikut ini adalah prosedur demi menjaga kualitas produk dan pelayanan perusahaan.

2. Meningkatkan Keamanan

Keselamatan dan Kesehatan Kerja merupakan prioritas utama bagi Sampoerna. Sampoerna memiliki komitmen untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman bagi semua karyawan, kontraktor, pengunjung dan pihak lainnya dalam melaksanakan kegiatan bisnis. Komitmen tersebut tertuang dalam Komitmen Kualitas, Lingkungan, Keselamatan & Kesejahteraan Kerja, dan Keamanan (QEHSS Commitment).

Sampoerna memberikan pelatihan keselamatan kepada karyawan yang baru bergabung dengan Sampoerna, pelatihan tersebt kemudian disesuaikan dengan bidang pekerjaannya agar para karyawan memahami risiko kerjanya dan dapat bekerja dengan aman. Tidak hanya karyawan, pelatihan keselamatan pun diberikan kepada semua kontraktor yang memiliki ikatan bisnis dengan Sampoerna. Hal ini bertujuan untuk mencapai sasaran Nihil Kematian dan Kecelakaan Serius, yang biasa disebut Zero Mission.

Sampoerna juga memberikan Pelatihan Defensive Driving kepada seluruh pengguna kendaraan perusahaan. Pelatihan yang diberikan distandarisasi dan disesuaikan dengan jenis kendaraan yang digunakan. Hal ini bertujuan untuk pencapaian target Nihil Kematian dan 50% pengurangan Crash Rate (jumlah kecelakaan tiap 1 juta Km yang ditempuh).

Sampoerna mendapatkan cuku banyak prestasi di bidang K3. Pada tahun 2016, Kementerian Ketenagakerjaan RI menganuggerahi Sampoerna dengan Penghargaan Kecelakaan Nihill atas keberhasilan manajemen dalam melaksanakan program Keselamatan dan Kesehatan Kerja bagi sekitar 17.000 pekerja di lima pabrik Sigaret Kretek Tangan. Sampoerna merupakan satu-satunya perusahaan di Indonesia yang berturut-turut mendapatkan Penghargaan Kecelakaan Nihil sejak tahun 1999. Selain itu di tahun 2016 juga, Museum Rekor Indonesia (MURI) mencatat Sampoerna sebagai satu-satunya perusahaan di Indonesia dengan jumlah jam kerja terbanyak tanpa adanya kecelakaan selama 20 tahun.

**Lingkage Antara Performance Dengan Cash benefit Untuk Pegawai**

Dari sisi pemangku kepentingan internal, kesuksesan Sampoerna merupakan hasil kerja keras para karyawan. Mereka akan senantiasa menjadi aset yang paling berharga bagi perusahaan. Di masa mendatang, kesuksesan Sampoerna akan ditentukan oleh kemampuan Sampoerna dalam merekrut, melatih dan mengembangkan karyawan-karyawan terbaik. Oleh karena itu, kinerja karyawan sangat menentukan performance perusahaan, jika karyawan bekerja dengan giat otomatis perusahaan akan mencapai performance terbaik dan mendapatkan cash benefit yang baik juga. Peran karyawan sangat penting dalam menjaga performance Sampoerna.

Untuk memastikan kesuksesan karyawan, Sampoerna berkomitmen untuk merencanakan dan mengembangkan karir mereka serta memberikan sarana dan pelatihan yang memadai agar mereka dapat melaksanakan tugasnya secara maksimal. Kami juga berkomitmen untuk memberikan lingkungan kerja yang adil dan aman bagi seluruh karyawan.

Sampoerna telah memiliki standar penilaian kinerja yang menyeluruh dan objektif guna memastikan tidak adanya batasan bagi setiap individu untuk berkontribusi atau berkembang tanpa adanya diskriminasi dari segi usia, tang¬gung jawab pengasuhan anak, difabel, etnis, jender, ekspresi jender, agama, kehamilan, atau karakteristik pribadi lainnya. Selain itu, karyawan diharapkan untuk memperlakukan sesamanya dengan rasa hormat.

Selain memberikan kompensasi sebagaimana diatur dalam peraturan perundangan yang berlaku berupa gaji bulanan, tunjangan hari raya, serta kepesertaan dalam program Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS), Sampoerna juga memastikan bahwa kami memberikan kompensasi kepada karyawan yang kompetitif untuk menarik, mempertahankan dan memotivasi karyawan yang berbakat untuk memelihara kesuksesan bisnis dan budaya yang mementingkan kinerja. Kami mengakui dan menghargai orang berdasarkan kinerja dan kontribusi mereka secara individual terhadap usaha, dan menggunakan suatu system evaluasi pekerjaan yang berlaku umum di seluruh bagian organisasi.

Pendekatan Sampoerna mengenai total remunerasi merupakan jumlah dari seluruh elemen yang diterima oleh karyawan atas kontribusi mereka pada saat ini dan masa mendatang terhadap kesuksesan Perseroan yang sejalan dengan tujuan organisasi dan dibuat untuk mengakui, menghargai dan meningkatkan kinerja serta memastikantingkat daya saing eksternal dan ekuitas internal. Jumlah remunerasi di Sampoerna didasarkan pada pendekatan yang terintegrasi dan terkoordinasi secara penuh untuk menentukan tingkat pembayaran yang kompetitif dan manfaat yang diterima di Sampoerna. Remunerasi sendiri adalah balas jasa atau imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerjanya sebagai dari prestasinya karena telah membantu perusahaan dalam mencapai tujuan. Atau remunerasi yaitu suatu imbalan yang diberikan kantor atau perusahaan kepada tenaga kerjanya karena telah berjasa kepada kantor atau perusahaan dalam membatu mencapai tujuannya.

Sampoerna bermaksud untuk menyediakan program pengembangan karir yang berarti, memastikan remunerasi dan tunjangan yang kompetitif dan lingkungan kerja yang menantang. Samperna sadar bahwa para karyawan merupakan perwakilan Sampoerna di masyarakat luas, dan perusahaan ingin agar mereka merasa bangga dengan perusahaan di mana mereka bekerja.

Sampoerna juga memberikan kompensasi kepada karyawan berupa Pembayaran berbasis saham yang merupakan program Philip Morris International Inc. (“PMI”), dimana karyawan yang memenuhi kriteria tertentu berhak untuk berpartisipasi dalam program ini. Saham yang diterbitkan akan menjadi hak karyawan apabila karyawan yang bersangkutan masih bekerja di Perusahaan selama tiga tahun sejak tanggal pemberian.

Week 10

**MARKETING ISSUE**

PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. (“Sampoerna” atau “Perseroan”) merupakan salah satu produsen rokok terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini memproduksi sejumlah merek rokok kretek yang dikenal luas, seperti A Mild, Sampoerna Kretek serta “Raja Kretek” yang legendaris Dji Sam Soe. Sampoerna adalah afiliasi PT Philip Morris Indonesia dan bagian dari Philip Morris International Inc. (“PMI”) yang merupakan perusahaan tembakau terkemuka di dunia. Pada akhir 2011, jumlah karyawan Sampoerna dan anak perusahaannya mencapai sekitar 27.000 orang. Selain itu, Sampoerna juga berkerja sama dengan 38 unit Mitra Produksi Sigaret (“MPS”) yang berada di berbagai lokasi di Pulau Jawa dalam memproduksi Sigaret Kretek Tangan, dan secara keseluruhan memiliki lebih dari 60.000 orang karyawan. Sampoerna menjual dan mendistribusikan rokok melalui 65 kantor penjualan di seluruh Indonesia. Perlu diketahui juga bahwa Sampoerna juga merupakan distributor untuk rokok Marlboro yang di awal sempat saya bahas tentang ekspansinya ke Indonesia.

Semakin gencarnya penentangan dunia terkait rokok membuat perusahaan rokok mulai waspada**. Larangan penayangan iklan rokok** pada jam-jam produktif sudah mulai diterapkan di Indonesia untuk membatasi konsumsi rokok meluas ke semua kalangan. Pemerintah juga akan menaikkan tarif cukai pada tahun depan untuk menekan tembakau. Namun, karena di Indonesia banyak perusahaan-perusahaan besar yang mempunyai kepanjangan tangan di kursi senayan, peraturan perundang-undangan pun bisa menjadi lunak. Contohnya hilangnya ayat yang menjelaskan pembatasan tembakau di Indonesia pada UU Kesehatan sempat menjadi polemik beberapa waktu yang lalu.

Kembali ke Sampoerna, perusahaan yang menjadi market leader dalam industri rokok di Indonesia ini mempunyai beberapa strategi dalam menghadapi tantangan global. Dalam menjalankan sustainable marketing, saya akan fokus melihat dari sisi produk, tanggung jawab sosial, dan manajemen perusahaan. Dalam modern marketing, dikenal adanya marketing mix yang terdiri dari product, place, price, dan promotion. Keempat unsur ini menjadi sangat fundamental dalam menjalanakan proses marketingperusahaan. Kaitannya dengan topik bahasan sustainable, saya mencoba menghubungkan salah satu dari empat marketing mix tersebut, yaitu product dengan konsep sustainability marketing.

Solusi atas Marketing Issue

Dalam prinsip societal marketing yang merupakan salah satu dari 5 prinsip sustainable marketing, ada 4 klasifikasi sosial produk, diantaranya deficient product, pleasing product, salutary product, dan desirable product. Deficient product adalah produk yang tidak memberikan kepuasan kepada konsumen dan tidak bersifat memberikan benefit dalam jangka panjang. Pleasing product adalah produk yang memberikan kepuasan terhadap konsumen namun memberikan efek yang negatif secara jangka panjang. Salutary product adalah produk yang tidak memberikan kepuasan kepada konsumen namun memberikan efek yang positif terhadap lingkungan. Dan yang terakhir, desirable product adalah produk yang sangat diinginkan dan memberikan efek jangka panjang kepada lingkungan. Sampoerna jika dilihat dari produk rokoknya termasuk produk dalam kategori pleasing product. Dikatakan pleasing product karena  peminat rokok di Indonesia sangat banyak dan semakin banyak. Terbukti setiap tahun penjualan Sampoerna semakin meningkat. Ini menunjukkan kepuasan tersendiri bagi konsumen setelah mengkonsumsi rokok. Namun, rokok ini tidak memberikan efek yang positif dalam jangka panjang, baik untuk kesehatan maupun lingkungan.

Untuk itu, Sampoerna melakukan inovasi untuk mengurangi efek negatif tersebut dalam jangka panjang tanpa mengurangi kepuasan konsumen. Sampoerna mengeluarkan rokok kretek untuk segmen Low-Tar Low-Nicotin (LTLN) yaitu Trend Mild. Trend Mild ini mempunyai dua produk unggulan yaitu Sampoerna A-Mild dan U-Mild. Rokok ini mempunyai kandungan tar dan nikotin yang rendah sehingga efek yang ditimbulkan kepada kesehatan konsumen tidak separah rokok kretek yang lainnya. Dengan ini maka Sampoerna berusaha menciptakan desirable product, yaitu produk yang memberikan kepuasan kepada konsumen namun tidak memberikan efek negatif secara cepat kepada kesehatan konsumen. Hal yang dilakukan oleh Sampoerna tersebut adalah sebuah diferensiasi untuk mendapatkan tempat di mata konsumen. Dalam bukunya “New Wave Marketing”, Hermawan Kertajaya mengatakan bahwa pentingnya sebuah diferensiasi dalam menghadapi persaingan pasar saat ini. It’s better to litle bit different than litle bit better. Itulah salah satu judul tulisan yang ditulis oleh Hermawan dalam bukunya tersebut. Dengan mempunyai diferensiasi pada segmen baru yang belum pernah ada adalah kekuatan utama sebagai pemegang kendali pasar. Selain segmen LTLN, Sampoerna juga mempunyai pembeda dengan produk Dji Sam Soe nya yang lebih memilih originalitas tembakau di saat pesaing lain lebih mengutamakan variasi pada saus nya. Alhasil, 2 produk Sampoerna tersebut berhasil merangsek ke atas dalam mendapatkan perhatian konsumen.

Selama tahun 2011 Sampoerna mendapatkan beberapa penghargaan bergengsi, antara lain ‘2011 Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA)’ oleh majalah SWA untuk produk A-Mild dan Dji Sam Soe, dan ‘Green Proper Award’ (Penghargaan Lingkungan Hidup Nasional)oleh Kementerian Lingkungan Hidup.Dua penghargaan bergengsi ini cukup membuktikan bahwa Sampoerna berhasil menerapkan strategi mereka untuk mengarah ke go green.

Sebagai wujud kepedulian kepada masyarakat, **Sampoerna menjalankan tanggung jawab mereka dengan melakukan Corporate Social Responsibility (CSR). Kegiatan ini sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan dan peningkatan value perusahaan kepada masyarakat.** Program CSR Sampoerna berfokus pada pengentasan kemiskinan, pendidikan, pelestarian lingkungan, dan penanganan bencana.

Program pengentasan kemiskinan

Sampoerna melalui berbagai pabriknya di beberapa daerah melakukan program pemberdayaan masyarakat yang dimaksudkan untuk ikut menjalankan program pemerintah tentang pengentasan kemiskinan. Wujud program tersebut diantaranya Program Pelatihan Kewirausahaan (PPK) Sampoerna, mendirikan UKM Center di beberapa daerah, pemberdayaan petani melalui System of Rice Intensification (SRI), membantu pengecer memperbaiki ruko atau tempat berjualannya melalui program Sampoerna Retail Community (SRC), dan masih banyak lagi program lainnya yang telah mampu meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat.

Dalam pelestarian lingkungan Sampoerna ikut mendukung berbagai program untuk mengurangi penggundulan hutan dan memastikan keberlanjutan bahan baku seperti tembakau dan cengkeh. Program-program tersebut diantaranya penanaman 75.000 bibit pohon di Gunung Arjuno, 5.000 spesies pohon yang hampir punah di Bali,  pemberian bantuan 1,2 juta bibit cengkih di beberapa daerah, mengadakan pelatihan Good Agricultural Practice (GAP) untuk petani tembakau di Jawa Barat, dan lain-lain.

Dalam bidang Pendidikan Sampoerna berkomitmen untuk meningkatkan akses pendidikan dan kualitan pelayanan publik di Indonesia. Beberapa programnya antara lain pemberian pelatihan kepada guru-guru di Pasuruan, Surabaya, dan Karawang, pendirian taman belajar masyarakat (TBM) serta perpustakaan masyarakat di sekitar wilayah pabrik.

Penanggunalanga bencana, Sampoerna selalu berkontribusi dalam mendukung penanganan bencana yang ada di Indonesia. Seperti ketika gempa Aceh, Jogja, Sumatra, banjir bandang di Sumatera, dan lain-lain. Selain itu, Sampoerna juga memberikan pelayanan kesehatan bagi warga yang bertempat tinggal di sekitar pabrik demi tercapainya penduduk yang sehat.

Prinsip yang ingin dibangun pertama oleh Sampoerna adalah tentang stabilitas internal perusahaan. Dimana Sampoerna selalu mengedepankan kesejahteraan karyawan. Dengan demikian akan tercipta iklim kerja yang kondusif. Feedback-nya, kinerja karyawan akan semakin meningkat dan performa perusahaan juga semakin meningkat. Sampoerna melakukan berbagai program yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan. Pada 2011, Sampoerna melakukan survey kepada semua karyawan yang menanyakan tentang pendapat mereka tentang perusahaan. Hasilnya ternyata menunjukkan bahwa ada nilai kebanggaan yang tinggi di mata karyawan karena bekerja di Sampoerna. Selain itu Sampoerrna juga melaksanakan program “Keterlibatan Karyawan” dan “Keefektifan Manajer. Dengan program-program seperti ini, akan tercipta lingkungan kerja yang harmonis, kondusif, dan pekerja akan selalu nyaman dengan pekerjaannya. Efek jangka panjangnya, perusahaan akan mampu tetap bertahan dengan karyawan yang akan semakin sejahtera dan diharapkan dapat bertambah banyak. Dengan demikian Sampoerna telah turut membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan.

Sampoerna mendapat beberapa penghargaan selama 2011 yang mampu meningkatkan value di mata konsumen, seperti Penghargaan 5R oleh pemerintah Jawa Timur atas kinerja manajemen perusahaan yang mampu menjalankan Ringkas, Rapih, Resik, Rawat, dan Rajin. Selain itu Sampoerna juga mendapatkan penghargaan Most Trusted Companies 2011 dari majalah SWA dan  The Indonesia Corporate Governance (TICG) aberdasarkan survey 125 analis dan investor terkait tata kelola perusahaan.

Beberapa penghargaan di atas cukup bisa membuktikan bahwa usaha keras Sampoerna selama ini telah berhasil membangun sebuah iklim kerja yang kondusif, sehingga terciptanya kesinambungan di semua lini. Dan saya melihat secara umum Sampoerna berhasil menjalankan fungsi perusahaan dalam kaitannya dengan sustainable marketing.

Saran

Semua yang dilakukan perusahaan di atas adalah terkait sustainability marketing. Perusahaan selalu berusaha melakukan strategi yang akan memberikan dampak positif dan jangka panjang kepada masyarakat luas.

**Financial Issue**

perusahaan rokok berkapitalisasi pasar Rp450,38 triliun, PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. resmi memecah saham 1:25 demi menggaet investor ritel di lantai bursa.

Pada perdagangan Rabu (27/4/2016), saham HMSP melonjak 5,03% sebesar 4.650 poin ke level Rp97.150 per lembar. Persetujuan pemecahan saham (*stock split*) akan dilakukan pada rapat umum pemegang saham luar biasa (RUPSLB) pada 27 April 2016.

Jumlah saham beredar emiten bersandi HMSP itu akan meningkat menjadi 116,31 miliar dari 4,65 miliar. Standar minimum nilai saham terkecil di lantai bursa Indonesia mencapai Rp100 per lembar.

Jika dihitung rerata 25 hari kerja sejak 23 Maret 2016 senilai Rp98.102 per lembar, maka harga eksekusi *stock split* menjadi Rp3.924,08 per lembar. Aksi korporasi ini menjadi yang kedua setelah perseroan melakukan *stock split* pada 24 September 2001 dengan rasio 1:5 menjadi Rp3.300 per lembar.

Direktur Utama H.M. Sampoerna Paul Norman Janelle mengatakan aksi *stock split*diharapkan dapat membuat harga saham HMSP lebih terjangkau dan menarik minat investor ritel lebih banyak lagi. Standar terkecil

"Jadi, dengan membuat saham dipecah 25 kali lebih kecil menjadi sekitar Rp4.000 per lembar saham, akan lebih terjangkau bagi investor ritel untuk berpartisipasi,” katanya saat paparan publik, Rabu (27/4/2016).

Sejak aksi *stock split* yang dilakukan perseroan 15 tahun silam, harga saham HMSP telah melesat 2.843%. Saat ini, rasio harga saham terhadap laba (*price to earning ratio*/PE) HMSP mencapai 33,23 kali dan diproyeksi meningkat menjadi 37,85% pada akhir 2016.

Tahun lalu, tepatnya pada Oktober 2015, perseroan menggelar aksi penawaran umum terbatas (PUT) melalui mekanisme *rights issue* dengan perolehan dana Rp20,76 triliun. Manajemen HMSP menerbitkan 269,72 juta saham baru dengan harga Rp77.000 per lembar.

PT Philip Morris Indonesia selaku pemegang kuasa Philip Morris International Inc. di Tanah Air kini menggenggam 92,5% kepemilikan dalam HMSP. Sisanya, sebanyak 7,5% saham HMSP digenggam oleh publik.

Direktur PT Investa Saran Mandiri Hans Kwee menilai aksi *stock split* dipastikan bakal mempengaruhi partisipasi investor ritel dalam melakukan transaksi saham HMSP. Di Indonesia, pelaku pasar masih memiliki persepsi bahwa saham yang berada di bawah Rp10.000 per lembar terbilang murah.

"Sesudah *stock split* akan lebih bagus, karena lebih banyak orang bertransaksi sehingga tidak mudah memainkan Indeks harga saham gabungan. Indeks bisa merepresentasikan kemauan pasar," katanya saat dihubungi *Bisnis.com*.

Kendati demikian, aksi *stock split* yang dilakukan HMSP tidak akan mengubah PE perseroan. Dia mengakui PE saham-saham sektor barang-barang konsumsi memang terbilang tinggi di atas 30 kali.

**R&D ISSUE**

Pengembangan Pasar

Sampoerna menginginkan merek perusahaan dan merek produknya unggul pada masing – masing segmen. Sampoerna merasa pengenalan brand perusahaan adalah salah satu kunci keberhasilan. Maka dari itu Sampoerna mengembangkan brand miliknya dengan pengembangan komunikasi pemasaran merek. Pesan – pesan menarik yang diusung oleh Sampoerna membuat brandnya menjadi lebih dikenal di masyarakat secara luas.

Dalam pengembangan merek yang pertama kali dilakukan adalah fokus pada target pasar Sampoerna, yaitu perokok dewasa. Sampoerna menempatkan dirinya sebagai pelanggan, untuk mencari apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan. Selanjutnya Sampoerna membangun konsistensinya terhadap merek. Hal ini bergantung pada pesan dan nilai yang dibawanya selama beberapa periode. Yang terakhir, Sampoerna mengembangkan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan preferensi perokok dewasa di masa depan.

**MIS ISSUE**

PT. HM Sampoerna adalah salah satu dari perusahaan rokok terbesar di Indonesia selain Gudang Garam dan Djarum. Dalam perkembangannya, operasional harian menjadi sangat rumit. Salah satu departemen yang mengalaminya adalah departemen logistik yang pekerjaan hariannya menyatukan data-data persediaan bahan baku, distribusi bahan baku, data produksi. Data-data tersebut terkumpul pada akhir jam kerja, sehingga menyulitkan. Ini dilakukan dengan manual, sehingga bisa dibayangkan sulitnya jika data-data tersebut terdiri dari ribuan data dan memerlukan proses yang lama. Masalah tersebut mendorong PT.

HM Sampoerna untuk membangun Teknologi Informasi, yang dimulai pada tahun 1992.

Pembangunan fondasi sistem TI di HMS dimulai tahun 1992, sedangkan peralihan dari pola local **area network** (LAN) ke **wide area network** (WAN) dilakukan pada 1995. Setelah itu, aplikasi bisnis korporat menjadi fokus perhatian berikutnya. Setelah melalui proses screening, manajemen memutuskan untuk menggunakan aplikasi ERP dari Oracle (yang masih dipakai hingga sekarang). “Sampoerna memang memakai Oracle, sedangkan Philip Morris di seluruh dunia memakai SAP. Ke depan, tentunya mesti sama. Saat ini, untuk mengintegrasikan sistemnya. Menurut Sugiharto Hartono, Direktur Penjualan, Perencanaan, Sistem & Pengembangan PT Panamas, penggunaan ERP dari Oracle itu mencakup hampir semua proses bisnis penting, mulai dari akuntansi dan keuangan, manufaktur, hingga pengadaan barang dan manajemen barang jadi. ERP Oracle juga digunakan di anak usaha HMS, yakni PT Panamas (perusahaan penjualan dan distribusi HMS) dan PT Handal Logistik Nusantara (perusahaan logistik dan pergudangan). “Unit-unit bisnis dalam naungan Sampoerna juga menggunakan aplikasi yang dikembangkan sendiri untuk melengkapi solusi ERP. Bukti sudah modernnya sistem TI di HMS juga terlihat pada sistem rantai pasokan (supply chain management).

Puluhan ribu petani tembakau HMS semuanya sudah dikelola dengan bantuan TI, yakni sistem berbasis bar code. Di bar code itu tercatat nama petani, luas petaknya, jenis tembakau dan varietasnya, dan sebagainya. Jadi, ketika panen, tembakau (yang dibungkus) sudah bisa dikirim dengan bar code. Dengan begitu, di tempat penampungan – yakni di Lombok dan Madura – hasil panen tadi sudah bisa langsung dipindai (scan), sehingga tidak perlu ada petugas yang mencatat lagi. Sistem barcoding telah diterapkan pula dalam kegiatan pembelian material dan proses di gudang. sistem barcoding digunakan karena grade daun tembakau yang dihasilkan para petani berbeda-beda. Saat ini, HMS mengonsumsi 60-70 ribu ton tembakau kering per tahun. Sayangnya, Angky mengaku tidak ingat luas lahan total yang dipakai oleh para petani tembakau yang memasok panennya buat HMS. Sebagai gambaran, per hektare kebun tembakau bisa berproduksi 15-20 ton. Sesuai dengan prosesnya, daun tembakau yang dipanen akan disimpan di gudang selama 18-24 bulan supaya mengalami proses fermentasi alami.

Teknologi canggih sudah digunakan HMS di pabrik-pabriknya. Mulai dari kegiatan operasional pabrik, mesin blending hingga pengujian rokok, sudah menggunakan sistem robotika. Dengan begitu, proses analisisnya tidak lagi menggunakan rasa, melainkan memakai data, sehingga kualitas produknya bisa sama. “Kalau pakai rasa dan penciuman manusia, kualitasnya tidak akan sama. Selain itu, jumlahnya banyak. Bayangkan saja, untuk satu adukan jumlahnya mencapai 15 ton. Tidak mungkin (dikerjakan) oleh manusia, jadi, di Sampoerna itu, dari hulu ke hilir sudah serba elektronik. Dengan bekal sistem yang cukup canggih, menurut Sugiharto, ketika PM masuk sebenarnya tidak terjadi “revolusi” pada aspek TI di HMS. Ia lebih senang menyebut perubahan yang dibawa PM sebagai pengembangan dan penambahan saja. “Tujuan utama kami adalah mendapatkan kekuatan sinergi antara Sampoerna dan Philip Morris. Kami mempertahankan apa yang sudah berjalan dengan baik, dan mengambil keuntungan dari apa yang sudah dimiliki oleh Philip Morris untuk meningkatkan keadaan.

Setelah masuknya PM memang ada beberapa perubahan di bidang TI. Antara lain, pengembangan jaringan infrastruktur dengan menambah koneksi ke kantor cabang penjualan dan pergudangan yang belum terhubung, yang jumlahnya sekitar 30 kantor. Perubahan lain adalah penerapan metodologi proyek untuk semua proyek TI di HMS. Ia mengakui, pendekatan metodologi proyek ini merupakan kekuatan PM. Ada lagi, proses standardisasi dengan solusi aplikasi yang dimiliki oleh Philip Morris juga sedang berlangsung. Kami melihat bahwa proses ini akan terus berlangsung dalam dua-tiga tahun ke depan.

Strategi TI HMS lebih pada mengonsolidasikan sistem aplikasi yang ada, dan memberi respons pada permintaan bisnis yang baru. Misalnya, melakukan stardardisasi proses bisnis dengan mengimplementasi solusi ERP yang sama yang digunakan oleh HMS kepada semua unit bisnis.

Proses konsolidasi dan integrasi aplikasi yang berlangsung terus – bersamaan dengan implementasi bisnis sistem yang baru – memungkinkan mereka dapat memonitor indikator kinerja penting (Key Performance Indicator) dengan lebih baik. Misalnya, masalah efisiensi pada operasional back office di Panamas. Sistem TI itu antara lain mampu mengurangi level overtime, di samping salesman dan staf administrasi dapat menyelesaikan pekerjaan lebih cepat. “Sekarang kami juga dapat melihat kinerja penjualan dan pergerakan inventori secara tepat waktu. Dan, kami dapat meningkatkan servis ke pelanggan. Meskipun penerapan TI ini sudah direncanakan untuk jangka panjang, sebaiknya PT. HM Sampoerna selalu melakukan perubahan-perubahan kecil untuk membantu meraih keberhasilan dari pelaksanaan paket software baru ini. Setelah divisi TI terpisah dari perusahaan, bagian terpenting dari perusahaan yang baru ini harus tetap memperhatikan aktivitas pemeliharaan dari sistem TI PT. HM Sampoerna tanpa menutup kesempatan untuk melayani perusahaan lain. Untuk pelayanan yang disediakan PT. HM Sampoerna, dapat memberi harga apa yang disebut metode transfer prising sehingga perusahaan baru tersebut dapat mengatur keuangannya sendiri.

Sejak 2006 HMS sudah mempunyai HR system, yaitu PeopleSoft HR, sebagai **master data** semua karyawan. PeopleSoft HR ini mempunyai banyak sekali modul yang sudah diimplementasikan untuk kebutuhan HMS, seperti Medical Claim, Training, Customer Issue Tracking dan Manager Self Service. PeopleSoft HR ini juga terhubung dengan sistem lokal lainnya: penggajian karyawan (**payroll**), Sampoerna Performance & Development System, Sampoerna Phonebook, dan sistem lain yang membutuhkan data karyawan dari PeopleSoft. Sementara itu, **parent company** HMS saat ini, PMI (yang berbasis di Swiss), sudah mempunyai **Global SAP HR system**, yang disebut HR2U. Nah, HR2U ini adalah **global HR system** untuk PMI dan dipakai di semua afiliasinya yang berjumlah 160 negara. HR2U ini memiliki beberapa modul global yang telah dipakai afiliasinya di ratusan negara, seperti Global Performance Management, Global Reporting dan Global Compensation. HR2U ini merupakan **master system**. Singkatnya, HR2U merupakan **source of all HR information** untuk seluruh perusahaan afiliasi di lingkungan PMI. HR2U ini tidak pernah menerima data dari luar sistem ke HR2U, tetapi sebaliknya sistem induk inilah yang memberikan data. Adapun sistem SAP, **database**-nya sama, bisa pakai apa saja. Namun, sifat aplikasinya cenderung lebih **propietery** (khusus). Jadi, cenderung membangun dari mereka sendiri, datang dari **client server**. Dengan begitu, ada sedikit perbedaan dari segi arsitektur. Walaupun, tidak begitu transparan di mata **user** kebanyakan.

Selain perbedaan fundamental dari sisi teknologi antara PeopleSoft dan SAP, tantangan lain dalam menghubungkan kedua sistem tersebut adalah belum ditemukannya vendor yang pernah melakukan integrasi sistem data HR dengan skala yang sangat besar. Ketika itu, saya mencari beberapa vendor global. Umumnya mereka mengatakan bisa melakukan, tapi mereka mengaku belum pernah mengerjakan hal semacam itu. Sebab, selama ini, **HR system**memang tidak pernah dibuatkan **interface**-nya.

Penerapan suatu ERP sistem itu adalah suatu proses yang kontinu. Begitu dimulai sudah tidak mungkin lagi dihentikan dan tidak ada titik kesempurnaannya. Yang ada hanyalah proses penyempurnaan yang tak terhenti. Maka penilaian ERP juga mesti dilakukan dengan sungguh-sungguh. Banyak faktor yang perlu dipikirkan pada seleksi ERP. Pada umumnya, ERP yang masuk ke Indonesia sudah teruji kesuksesannya. Namum kesuksesan di negara lain belum tentu bisa menjadi suatu jaminan bagi kita. Masalah sumber daya manusia dan infrastruktur juga menjadi faktor penentu ERP akan berkembang terus sesuai dengan tuntutan konsumen. Yang jelas perkembangan ERP pada masa depan ini akan dititik-beratkan pada beberapa hal, yaitu, lebih mendukung customer service, lebih mendukung vertical industri spesifik (vertical industry), dan juga lebih mendukung proses pengambilan keputusan (decision support). ERP masa depan juga akan lebih fleksibel dalam penerapan, pemakaian dan cara pembiayaan. Begitu juga banyak manfaat bagi PT. HM Sampoerna dalam membangun teknologi informasi seluruh sector dapat dengan mudah mendapatkan informasi apa saja yang mereka perlukan serta Perusahaan mampu langsung dapat merespon dalam Cepat merespon perubahan resep rokok. Setelah ERP diterapkan, seluruh informasi data dapat dengan cepat dikoordinasikan ke semua departemen. Ketika seorang staff memerlukan komputer baru dan manajer sedang tidak ada di kantor dan harus menunggu untuk meminta persetujuan, ini merupakan salah satu hal yang tidak efisien. Setelah TI diterapkan, staf itu dapat langsung memberitahukan lewat jaringan sehingga manajer langsung dapat memberi persetujuan,sehingga dengan adanya teknologi informasi hambatan seperti itu sudah dapat diatasi. PT. HM Sampoerna berencana untuk membangun TI dalam jangka panjang serta mengalokasikan dana sebesar US$ 5 juta setiap tahun. Pembangunannya pun bukan hanya dilakukan oleh tim TI internal dan regional, tapi dibantu oleh banyak vendor, baik dari luar negeri maupun lokal, seperti IBM, Sigma dan Mitrais. “Pengembangan TI itu dimaksudkan supaya proses bisnis lebih efektif, akurat dan cepat,” kata Aryani. “Juga, agar bisa terintegrasi dengan sistem Philip Morris secara worldwide

Dalam pandangan Kristianus Yulianto, pengamat TI dari sebuah perusahaan konsultan TI, bisa memberikan benefit penting bagi HMS, yakni adopsi tool atau teknologi baru dari PM yang sudah teruji keandalannya. Maksudnya, selama ini infrastruktur TI dan teknologi PM sudah sangat terkenal dan menjadi best practice di industri rokok. Dalam praktik di lapangan, teknologi itu akan berpengaruh pada semua level di HMS. Untuk level atas akan berguna dalam analisis dan pengambilan keputusan; dan bagi level menengah berfungsi dalam pengontrolan dan analisis operasional; sedangkan di level bawah bisa menyederhanakan proses. “Ujung-ujungnya, akan meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Selain itu, secara otomatis akan terbangun kultur baru yang lebih positif, dan mendukung kinerja perusahaan.

Week11

**Strategy review, evaluation, and control**

**Evaluating Strategies Qualitative Question**

1. Apakah strategi itu konsisten secara internal?

Konsistensi internal mengacu pada dampak kumulatif berbagai strategi pada organisasi. Menurut Tilles, strategi harus dinilai tidak hanya dalam hubungan dengan strategi lain.

Iya konsisten secara internal dalam PT HM Sampoerna Tbk. konsisten memproduksi, memasarkan dan mendistribusikan rokok di Indonesia, yang meliputi sigaret kretek tangan, sigaret kretek mesin, dan rokok putih. Rokok kretek menguasai sekitar 92% pasar rokok di Indonesia. Di antara merek rokok kretek Sampoerna adalah Dji Sam Soe, A mild, Sampoerna Kretek dan U Mild. Karena selalu fokus dan investasi pada portofolio merek, pada tahun 2010 dan memiliki empat merek Sampoerna menduduki posisi 10 merek dengan pangsa pasar terbesar di Indonesia. Empat merek tersebut adalah A Mild, Dji Sam Soe, Marlboro dan Sampoerna Kretek.

1. Apakah strategi konsisten dengan lingkungannya?

Iya karena sesuai dengan visi PT HM Sampoerna yaitu PT HM Sampoerna Tbk telah menerapkan kebijakan dan program untuk secara konsisten mengurangi dampak lingkungan, dengan mengurangi penggunaan sumber daya alam, mengurangi emisi gas rumah kaca, serta mengurangi produksi limbah.

1. Apakah strategi itu dengan sumber daya yang tersedia?

Sumber daya adalah hal-hal yang dimiliki atau dimiliki perusahaan dan yang membantu mencapai tujuan perusahaannya. Termasuk adalah uang, kompetensi, fasilitas dan lainnya. Tanpa sumber daya yang tepat, organisasi tidak bisa melakukan pekerjaan strategis.

Dalam hubungan antara industry dan pekerja harus ada hubungan timbal balik yang saling menguntungkan.

Dalam analisis ini PT HM Sampoerna Tbk. memberikan kompensasi-kompensasi yang telah disediakan kepada karyawan atau pegawai yang berupa gaji, tunjangan. Selain itu, Setiap karyawan PT. HM Sampoerna Tbk. akan mendapatkan jatah rokok dari perusahaan. Jatah rokok diberikan sesuai dengan tingkatan karyawan mulai dari buruh borongan yang mendapat 3 batang rokok hingga level karyawan tetap yang bisa mendapatkan jatah 1 pak rokok.

Rokok yang dibagikan perusahaan pada karyawan bertulis tidak untuk dijual dan pembagian karyawan. Rokok yang diberikan tersebut bisa dikonsumsi karyawan sendiri atau bisa dijual jika tidak merokok. Perusahaan juga memberikan kredit kepada karyawan melalui koperasi. Pemberian kredit tersebut bisa digunakan oleh karyawan yang purna tugas maupun karyawan yang masih aktif..

PT. HM Sampoerna Tbk. juga memberikan kompensasi kepada karyawan yang menginjak masa pensiun berupa uang pensiun setiap bulan dan masih mendapatkan jaminan kesehatan.

1. Apakah tingkat strategi itu melibatkan risiko yang wajar?

Strategi dan sumber daya, diambil bersama, tentukan tingkat risiko dimana perusahaan dijalankan. Setiap perusahaan harus menentukan jumlah risiko yang ingin ditimbulkannya. Ini adalah pilihan manajerial yang kritis. Dalam usaha menilai tingkat risiko yang terkait dengan strategi tertentu, manajemen harus menilai isu-isu seperti jumlah total sumber daya yang dibutuhkan strategi, proporsi sumber daya organisasi yang akan dikonsumsi oleh strategi, dan jumlah waktu yang harus dilakukan .

Dalam PT HM Sampoerna Upaya untuk penanggulanagn resiko bedasarkan pada sifat dan objek yang terkena resiko ada beberapa cara untuk menanggulanginya atau meminimumkan resiko agar wajar, sebagai berikut :

* Mengadakan pencegahan dan pengurangan terhadap kemungkinan terjadinya peristiwa yang menimbulkan kerugian.
* Melakukan retensi, yakni mentolerir resiko kerugian
* Melakukan pengendalian terhadap resiko
* Mengalihkan resiko pada pihak lain (asuransi).

1. Apakah strategi memiliki kerangka waktu yang benar?

Bagian penting dari setiap strategi adalah cakrawala waktu yang mendasarinya. Misalnya, produk baru dikembangkan, pabrik dipasang, tingkat penetrasi pasar, menjadi tujuan strategis yang signifikan hanya jika dicapai pada waktu tertentu. Manajemen harus memastikan bahwa waktu yang diperlukan untuk menerapkan strategi konsisten.

Dalam PT HM Sampoerna memproduksi sejumlah merek rokok kretek yang dikenal luas, seperti Sampoerna Kretek, A Mild, serta “Raja Kretek” yang legendaris Dji Sam Soe. Kami adalah afiliasi dari PT Philip Morris Indonesia dan bagian dari Philip Morris International, produsen rokok terkemuka di dunia.

Karena sesuai dengan Misi adalah menawarkan pengalaman merokok terbaik kepada perokok dewasa di Indonesia. Hal ini dilakukan dengan senantiasa mencari tahu keinginan konsumen, dan memberikan produk yang dapat memenuhi harapan mereka..

1. Apakah strategi itu dapat dijalankan?

Strategi bisa di jalankan setelah evaluasi strategi memungkinkan organisasi membuat keputusan jangka panjang yang efektif, menjalankan keputusan tersebut secara efektif dan mengambil tindakan korektif bila diperlukan.

Strategi yang diterapkan PT Sampoerna itu sendiri dapat dijalankan karena dilandasi dengan analisis yang matang pada perencanaanya dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal perusahaan

1. Sampai sejauh mana strategi alternatif perusahaan bertanggung jawab secara sosial?

Di setiap negara tempat produk PT HM Sampoerna Tbk. dijual, PT HM Sampoerna Tbk. dipandu oleh prinsip dasar yang sama. Salah satu tujuan utama perusahaan ini adalah menjadi perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. Karena itulah PT HM Sampoerna Tbk. menganggap sangat serius kinerja sosial perusahaan ini:

* PT HM Sampoerna Tbk mengomunikasikan dampak negatif merokok terhadap kesehatan.
* PT HM Sampoerna Tbk mendukung kerangka regulasi rokok yang menyeluruh dan memperhatikan tujuan kesehatan masyarakat, ketenagakerjaan, pendapatan negara dan prediktabilitas industri.
* PT HM Sampoerna Tbk mendukung pelaksanaan dan pemberlakuan tegas ketentuan yang mengatur usia minimum pembelian produk tembakau. PT HM Sampoerna Tbk juga bekerjasama erat bersama pengecer dan mitra lain untuk menerapkan program pencegahan merokok di kalangan anak dan remaja.
* PT HM Sampoerna Tbk bekerja sama dengan pembuat kebijakan, lembaga penegak hukum, dan pihak pengecer untuk memerangi perdagangan ilegal rokok palsu dan selundupan.
* PT HM Sampoerna Tbk telah menerapkan kebijakan dan program untuk secara konsisten mengurangi dampak lingkungan, dengan mengurangi penggunaan sumber daya alam, mengurangi emisi gas rumah kaca, serta mengurangi produksi limbah.
* PT HM Sampoerna Tbk bekerja sama dengan petani dan pemasok untuk mengembangkan pertanian tembakau berkelanjutan.
* PT HM Sampoerna Tbk bekerja sama dengan pemasok, lembaga masyarakat, dan pemerintah untuk mengatasi masalah pekerja anak dan pelanggaran lainnya di pasar tenaga kerja yang terkait dengan rantai

pasokan PT HM Sampoerna Tbk.

PT HM Sampoerna Tbk, berkontribusi untuk meningkatkan kehidupan masyarakat lokal melalui kegiatan sosial yang berkelanjutan, kegiatan suka rela dan dukungan terhadap berbagai lembaga nirlaba.

1. Apa hubungan antara faktor strategis internal dan eksternal perusahaan?

Secara garis besar sebuah perusahaan akan dipengaruhi oleh lingkungan perusahaan dimana lingkungan tersebut dapat dibagi kedalam dua bagian besar, yaitu lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan di dalam internal perusahaan itu sendiri. Penyusunan strategi perusahaan yang tepat harus memperhatikan betul-betul apa kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya selain memperhatikan faktor eksternal.

Analisis lingkungan internal perusahaan merupakan analisis yang berguna dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan atas dasar sumber daya dan kapabilitas yang dimilikinya. Hal ini lebih cenderung kearah operasional. Operasional itu sendiri dilakukan untuk memenuhi target yang diterapkan strategi bersaing, dan strategi bersaing dibuat berdasarkan analisis strategi eksternal.

1. Bagaimana pesaing utama cenderung menanggapi strategi tertentu?

Perusahaan harus mengetahui dengan pasti kekuatan dan kelemahan serta tujuan strategi mereka.Strategi sekelompok perusahaan menerapkan strategi yang sama atas pasar sasaran tertentu dinamakan kelompok strategi.

Para pesaing, menggunakan strategi perbedaan harga sehingga membuat Dji Sam Soe filter tidak bisa menggeser kedudukan pesaingnya seperti rokok Gudang Garam Internasional. Hal ini terjadi karena harga sampoerna yang cukup mahal. Harga yang cukup mahal menjadi kelemahan sampoerna yang sangat terlihat dimata competitor. Harga cukup mahal ini bersala dari biaya promosi yang besar dan bahan baku yang mahal.

Week 12, Etika

**CSR**

**Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan**

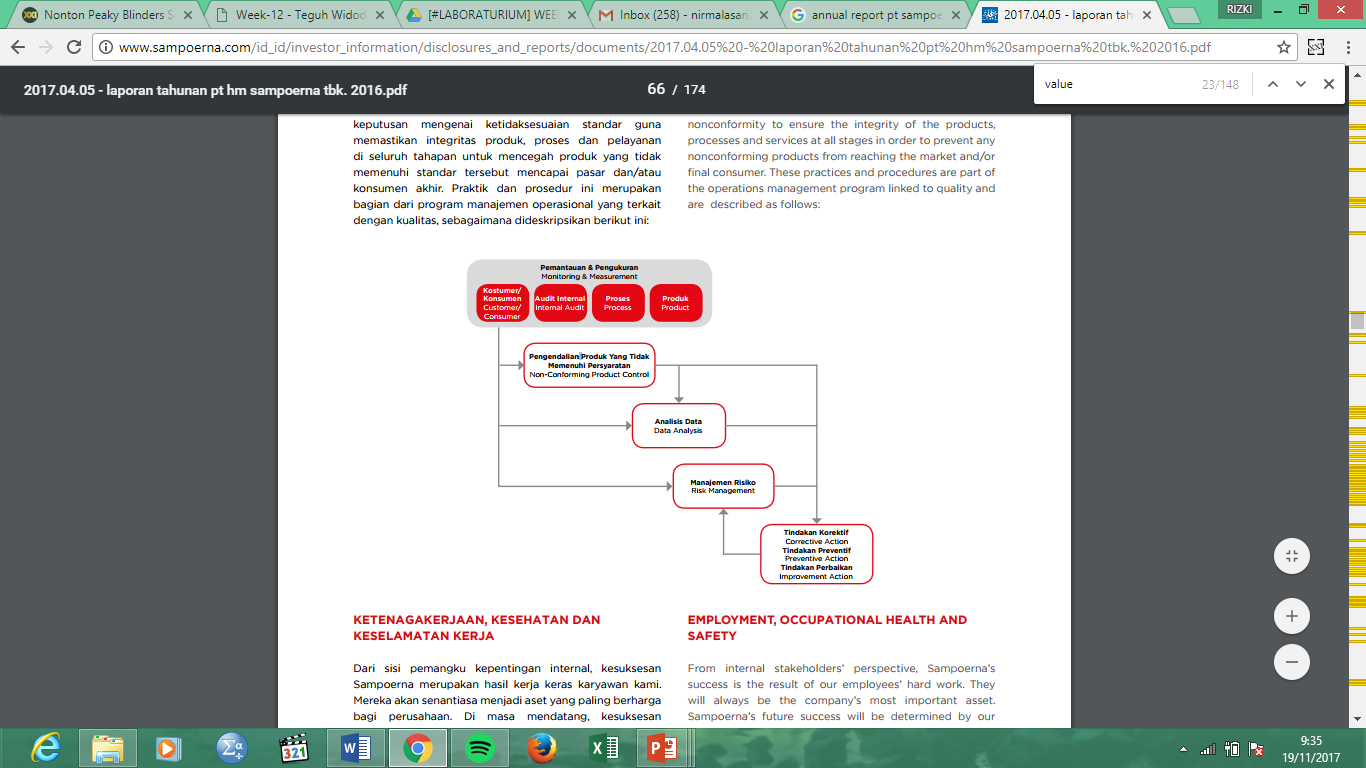
Sampoerna berkomitmen untuk memahami dan meminimalkan dampak lingkungan, mengoptimalkan penggunaan sumber daya alam, mengurangi limbah dan memaksimalkan daur ulang serta penggunaan kembali barang-barang bekas yang masih dapat dipakai. Pengurangan konsumsi energi, CO2, intensitas limbah dan air dari operasional manufaktur membantu dalam mengurangi dampak perubahan iklim serta merupakan hal yang benar untuk dilakukan dari segi bisnis. Berikut beberapa yang diterapkan pada 2016:

* Panel surya sebagai bagian dari proyek energi terbarukan dalam mengurangi emisi CO2, dan meningkatkan pendauran ulang limbah sampai dengan 12% dibandingkan dengan tahun sebelumnya.
* Mempertahankan tingkat konsumsi energi dan penggunaan air yang relatif sama dengan tahun sebelumnya.
* Tingkat daur ulang fasilitas produksi berada pada 98%. Angka ini menunjukan bahwa 98% dari limbah Sampoerna dapat di daur ulang. Sampoerna terus berfokus untuk dapat mendaur ulang 2% sisanya, yang mana sebagian besar berupa lumpur. Di tahun 2016, Sampoerna memperkenalkan sebuah program daur ulang baru guna mengubah lumpur menjadi pupuk yang berpotensi untuk digunakan oleh para petani.
* Dari aspek penggunaan kembali, Sampoerna juga memanfaatkan material kemasan yang tidak terpakai dan mengubahnya menjadi barang properti pendukung yang diperlukan untuk kegiatan pelibatan konsumen.

**Tanggung Jawab Atas Produk**

Sebagai perusahaan yang memproduksi barang sebagai kegiatan usaha utamanya, sangat penting bagi Sampoerna untuk menjaga dengan sebaik-baiknya hasil keluaran (produk, proses, pelayanan), terutama untuk yang tidak memenuhi persyaratan yang ditetapkan. Hal ini sangat penting untuk mencegah terjadinya keterlambatan atau penggunaan yang tidak diinginkan.

Hal ini membutuhkan penetapan praktik dan prosedur agar dapat dilakukan identifikasi, evaluasi dan pengambilan keputusan mengenai ketidaksesuaian standar guna memastikan integritas produk, proses dan pelayanan di seluruh tahapan untuk mencegah produk yang tidak memenuhi standar tersebut mencapai pasar dan/atau konsumen akhir. Praktik dan prosedur ini merupakan bagian dari program manajemen operasional yang terkait dengan kualitas, sebagaimana dideskripsikan berikut ini:



**Ketenagakerjaan, Kesehatan Dan Keselamatan Kerja**

Keselamatan dan Kesehatan Kerja merupakan prioritas yang penting bagi Sampoerna, maka dari itu Sampoerna berkomitmen untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman bagi semua karyawan, kontraktor, pengunjung dan pihak lain yang berinteraksi dengan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usaha. Sasaran perusahaan adalah untuk mencapai “Nihil Kematian dan Kecelakaan Serius” di seluruh lingkungan kerja kami. Sehubungan dengan hal tersebut, Sampoerna sangat bangga untuk melaporkan bahwa Sampoerna berhasil mencapai nihil “Kehilangan Waktu Akibat Cidera” (Loss Time Injury) dan sukses mendapatkan sembilan penghargaan “Zero Accident” dari lembaga pemerintah terkait untuk seluruh fasilitas produksi.

Dalam hal ketenagakerjaan, Sampoerna juga menetapkan batas usia minimum dan melarang kerja paksa di semua kantor dan pabrik di seluruh Indonesia. Di tahun 2016, Sampoerna berhasil mempertahankan tingkat perpindahan (turnover) karyawan yang relatif sama dibandingkan tahun lalu, yaitu sebesar 7,16%.

**Pengembangan Sosial Dan Kemasyarakatan**

Program-program CSR ini dikonsolidasikan di bawah bendera “Sampoerna untuk Indonesia”. Kontribusi ini serta pelaksanaannya disalurkan melalui beberapa Lembaga Swadaya Masyarakat yang telah menjadi mitra Sampoerna.

Program “Sampoerna untuk Indonesia” dikelompokkan menjadi empat kategori:

• Akses Terhadap Pendidikan

* After School Program (ASP)
* Program Bantuan Keuangan Pendidikan
* Donasi Komputer

• Peluang Ekonomi

* Menanam Pohon untuk Melestarikan Lingkungan dan Meningkatkan Nilai Ekonomi Lokal
* Pertanian Padi Organik
* Akses Terhadap Air Bersih.
* Meningkatkan Usaha Kecil & Berkembang yang Inovatif.

• Pemberdayaaan Perempuan

* Program Pemberdayaan Perempuan Petani Tembakau di Lombok
* Pemberdayaan Perempuan untuk Mencegah Pekerja Anak melalui Kelompok Belajar Masyarakat - Community Learning Group (CLG)

• Tanggap Bencana dan Kesiapsiagaan

* Pelatihan Kesiapsiagaan Bencana untuk Masyarakat
* Sampoerna Rescue (SAR)

**PANDUAN PERILAKU SAMPOERNA**

Panduan Perilaku perusahaan mengatur tentang siapa Sampoerna dan ingin menjadi apa Sampoerna. Panduan ini mengatur bagaimana Sampoerna berbisnis, di mana pun dan kapan pun. Selain mengetahui tanggung jawab hukum dan etika yang berlaku pada pekerjaan, karyawan bertanggung jawab untuk menjunjung tinggi komitmen Panduan tersebut untuk melakukan perilaku yang benar dan melaporkan yang tidak benar.

Pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik di Sampoerna merupakan tanggung jawab Dewan Komisaris dan Direksi, dibantu oleh tim yang terdiri dari para ahli bidang hukum (*legal counsel*) dan pengendalian internal. Tim tersebut secara rutin memantau kepatuhan terhadap semua kebijakan. Sebagai bagian dari program ini, Sampoerna mengambil sejumlah langkah untuk memastikan perilaku semua karyawan memenuhi sasaran yang telah ditetapkan, antara lain:

* secara sistematis menilai bidang-bidang yang berpotensi menimbulkan risiko bagi Perusahaan dan memastikan bahwa Sampoerna menerapkan langkah-langkah yang dianggap perlu untuk menghilangkan atau mengurangi risiko tersebut;
* mengembangkan dan menerapkan pelatihan dan komunikasi kepatuhan internal untuk memenuhi kebutuhan organisasi;
* menyediakan sumber daya bagi karyawan untuk mengajukan pertanyaan tentang kepatuhan atau melaporkan masalah kepatuhan;
* menyelidiki laporan mengenai dugaan adanya masalah kepatuhan dan memastikan dilakukan tindak lanjut yang sesuai;
* meninjau prosedur disipliner dan sanksi atas pelanggaran kepatuhan; dan
* secara teratur mengevaluasi program Kepatuhan kami dan mencari bidang-bidang yang dapat diperbaiki.

Kerangka tata kelola di Sampoerna berpijak pada terjalinnya komunikasi yang transparan di seluruh organisasi, menjadikan setiap karyawan dalam melaksanakan tanggung jawabnya sehari-hari senantiasa memperhatikan implikasi dari pelaksanaan tata kelola yang baik. Dewan Komisaris telah memiliki protokol komunikasi yang komprehensif dengan Direksi yang memungkinkan pengawasan berkesinambungan atas perkembangan-perkembangan serta memastikan kejelasan dalam setiap keputusan penting maupun proses yang strategis.

Dalam menjaga keharmonisan seluruh karyawan, Sampoerna juga memberikan upaya lebih dalam membuat seperangkat pedoman dan prosedur yang spesifik mengenai urusan ketenagakerjaan yang dapat diakses secara mudah oleh para karyawan. Sampoerna melakukan investasi besar pada orang-orang yang berdedikasi dan sistem untuk memberikan kemudahan bagi para karyawan dalam melakukan pekerjaannya. Dalam hal ini, Sampoerna telah membentuk suatu pusat layanan (call center) internal dimana sejumlah orang telah ditugaskan untuk menyediakan layanan guna membantu para karyawan sehubungan dengan urusan yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Sampoerna juga telah membuat sebuah laman situs internal, yang dikenal dengan *“YourHR Portal”*, dimana para karyawan dapat mencari segala informasi yang dibutuhkan, kapanpun dan dimanapun. Hal ini juga mencakup pedoman untuk mempertahankan kedisiplinan karyawan di tempat kerja.

**ISU GLOBAL**

Inti dari filosofi Sampoerna adalah keyakinan bahwa semua program CSR melekat pada, dan tidak dapat dipisahkan dari, keberlangsungan usaha. Berbagai inisiatif CSR ini telah mendukung pengembangan masyarakat serta membantu pengambilan keputusan dan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh para pemangku kepentingan setiap harinya. Filosofi dan nilai-nilai kebersamaan tersebut melekat pada Sampoerna dan disebarluaskan pada afiliasi global dari perusahaan induk, yaitu PMI. Nilai-nilai ini meliputi dukungan yang secara terus-menerus diberikan terhadap praktik pertanian berkelanjutan untuk melindungi lingkungan, pengurangan jejak karbon dan penggunaan air, serta peningkatan taraf hidup petani. Sampoerna mengembangkan pendekatan berbasis hak yang sistematis untuk mengatasi berbagai masalah berkaitan dengan tenaga kerja dan hak asasi manusia serta untuk memerangi penggunaan pekerja anak. Selain memperhatikan prinsip-prinsip berdasarkan nilai global ini dalam praktek usaha, Sampoerna juga mengembangkan program-program yang relevan dengan kebutuhan sebagian besar karyawan dan masyarakat Indonesia.

Salah satu tujuan utama Sampoerna adalah menjadi perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial, di tingkat lokal maupun global. Di setiap negara tempat produk Sampoerna dijual, dipandu oleh prinsip dasar yang sama:

* Kami menyampaikan [dampak serius merokok terhadap kesehatan](http://www.sampoerna.com/id_id/tobacco_regulation/smoking_and_health/pages/smoking_and_health.aspx).
* Kami menganjurkan regulasi tembakau yang efektif, berdasarkan bukti serta berlandaskan pada prinsip [pengurangan bahaya](http://www.sampoerna.com/id_id/tobacco_regulation/regulating_tobacco_products/pages/harm_reduction.aspx).
* Kami mendukung pelaksanaan dan pemberlakuan tegas ketentuan yang mengatur usia minimum pembelian produk tembakau. Kami juga bekerjasama erat bersama pengecer dan mitra lain untuk menerapkan program [pencegahan merokok di kalangan anak dan remaja](http://www.sampoerna.com/id_id/responsibility/how_we_operate/youth_smoking_prevention/pages/youth_smoking_prevention.aspx).
* Kami bekerja sama dengan pembuat kebijakan, lembaga penegak hukum, dan pihak pengecer untuk memerangi [perdagangan ilegal](http://www.sampoerna.com/id_id/tobacco_regulation/what_is_illicit_trade/pages/what_is_illicit_trade.aspx)rokok palsu dan selundupan.
* Kami menerapkan kebijakan dan program untuk menjalankan operasi yang mendukung keberlanjutan, termasuk mengurangi penggunaan sumber daya alam, menurunkan emisi karbon, mendaur ulang serta mengurangi limbah.
* Kami bekerja sama dengan petani dan pemasok untuk mengembangkan pertanian tembakau yang berkelanjutan.
* Melalui program [Agricultural Labor Practices](http://www.sampoerna.com/id_id/responsibility/how_we_operate/good_agricultural_practices/pages/good_agricultural_practices.aspx) (ALP/Praktik Tenaga Kerja Pertanian), kami bekerjasama dengan pemasok dan petani, lembaga masyarakat, dan pemerintah untuk mengatasi masalah pekerja anak dan pelanggaran lainnya tentang ketenagakerjaan terkait dengan mata rantai pasokan kami.
* Kami [berkontribusi](http://www.sampoerna.com/id_id/responsibility/our_charitable_giving_program/pages/our_charitable_giving_program.aspx) untuk meningkatkan kehidupan masyarakat lokal di mana kami beroperasi dan menghasilkan tembakau kami dengan membantu masyarakat melalui kegiatan sosial, kegiatan sukarela, dan dukungan terhadap berbagai lembaga nirlaba