



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Perusahaan

PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. atau yang dikenal dengan nama PT HM Sampoerna Tbk. merupakan perusahaan rokok terbesar di Indonesia dan telah berdiri sejak 1913. Perusahaan rokok ini telah berperan penting dalam mengembangkan industri tembakau Indonesia selama lebih dari satu abad.

Perusahaan rokok ini dimulai ketika seorang imigran asal Tiongkok bernama Liem Seeng Tee datang ke Surabaya untuk berbisnis di Indonesia. Liem Seeng Tee pertama kali bersinggungan dengan rokok tidak lama setelah menikah dengan istrinya Tjiang Nio. Liem Seeng Tee bekerja pada suatu perusahaan di Lamongan sebagai pencampur dan pelinting rokok. Enam bulan setelahnya, Liem Seeng Tee keluar dari pekerjaan tersebut dan membuka kios kecil yang menjual barang kebutuhan sehari-hari serta produk-produk tembakau. Liem Seeng Tee juga berjualan produk tembakau keliling dengan menggunakan sepeda.

Pada 1913, bisnis mereka diresmikan dengan nama Handel Maatschappij Liem Seeng Tee. Pada 1916, dengan menggunakan uang tabungan istrinya, Liem Seeng Tee membeli sejumlah besar campuran tembakau dari pedagang tembakau yang bangkrut. Pembelian tembakau ini merupakan awal dari kesuksesan bisnis rokok keluarga Liem. Kemudian, Liem Seeng Tee menciptakan Dji Sam Soe, produk yang kemudian dikenal sebagai ‘Rajanya Kretek’ hingga saat ini.

Pada masa Perang Dunia II dan penjajahan Jepang tahun 1942, tentara Belanda menyerahkan Surabaya ke tentara Jepang. Sepertinya para tentara Jepang mendapat bocoran mengenai Liem Seeng Tee, sang “Miliuner Jawa Timur dan Hindia Belanda”, karena hanya dalam waktu 6 jam setelahnya, Taman Sampoerna

dikepung Jepang. Jepang merampok harta benda keluarga Liem, sementara Liem Seeng Tee sendiri ditangkap dan dipenjarakan atas tuduhan mendukung Cina memerangi Jepang. Liem Seeng Tee ditahan dan usahanya ditutup oleh penjajah. Setelah Perang Dunia II berakhir, ia dibebaskan dan memulai usahanya kembali.

Gambar 2.1 – Taman Sampoerna di Surabaya



Sumber: (Website Sampoerna, 2019)

Namun, pada 1959 setelah wafatnya Liem Seeng Tee, anak keduanya Swie Ling (kemudian dikenal sebagai Pak Aga) mengambil alih perusahaan, yang di kala itu sedang dalam fase peralihan untuk membuat rokok kretek mesin.

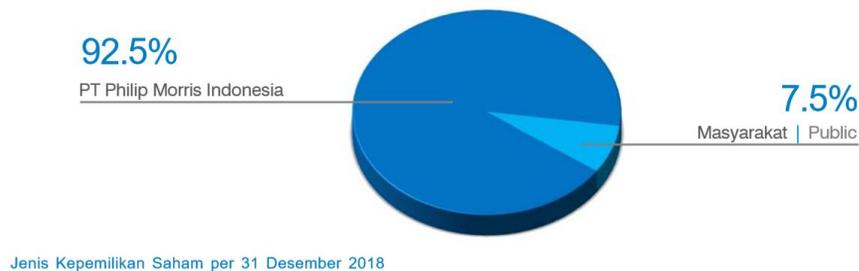
Di tahun 1967, Pak Aga menciptakan produk baru, Sampoerna Hijau, yang kemudian diubah menjadi A Hijau (A untuk Aga). Namun, konsumen tetap mengenalnya sebagai Sampoerna Hijau karena warna kemasannya yang hijau.

Satu dasawarsa kemudian, Tien Pao (kemudian dikenal sebagai Pak Putera) sebagai generasi ketiga, mulai bergabung sebagai direksi dan banyak melakukan gebrakan bagi perusahaan. Dengan melakukan *time motion analysis*, Pak Putera meningkatkan kecepatan produksi, keseragaman, dan kualitas dari sigaret kretek tangan produksi perusahaan. Pada era ini, Sampoerna juga membuat unit pemadam kebakaran internal (yang juga melayani daerah sekitar pabrik) dan mendirikan PT Sampoerna Transport Nusantara sebagai sistem pengiriman perusahaan.

Sampoerna resmi menjadi perusahaan rokok pertama di Indonesia yang menjual sahamnya di bursa efek. Dengan keputusan tersebut maka sejak 27 Agustus 1990, perusahaan rokok ini berstatus Perseroan Terbatas Terbuka (PT Tbk.). Jumlah saham yang dijual sebanyak 27 juta lembar seharga Rp12.600 per lembarnya. Pada tahun 2000, Michael Sampoerna, generasi keempat, menjadi CEO PT HM Sampoerna Tbk. dan membawa perusahaan ke tingkatan baru, di mana pada saat itu, pangsa pasar Sampoerna meningkat dari 18% menjadi 25%.

Babak Sampoerna dimulai pasca perusahaan berusia 90 tahun. Setelah didirikan dan dikelola secara turun temurun oleh empat generasi keluarga Sampoerna, pada akhirnya di tahun 2005 kepemilikan saham mayoritas dijual ke tangan perusahaan rokok terbesar di dunia asal Amerika Serikat, yakni Philip Morris International (PMI). Kepemilikan PT HM Sampoerna Tbk. mayoritasnya berpindah setelah PMI membeli 40% saham seharga 5,2 miliar dolar AS pada 14 Maret 2005. Kini, PT HM Sampoerna Tbk. telah menjadi anak perusahaan dari PT Phillip Morris Indonesia (PMID) dengan afiliasi dari PT Phillip Morris International (PMI).

Gambar 2.2 – Informasi Pemegang Saham Sampoerna



Sumber: (Laporan Tahunan Sampoerna, 2018)

Selama lebih dari 10 tahun, Sampoerna telah menjadi *market leader* pasar rokok Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 33,0% di tahun 2018. Tidak hanya industri rokok, ruang lingkup bisnis Sampoerna juga meliputi bidang manufaktur, perdagangan, serta distribusi merek rokok internasional Marlboro yang diproduksi oleh PMID.

Beberapa merek rokok terkenal yang diciptakan oleh Sampoerna antara lain: Dji Sam Soe, A Mild, U Mild dan Sampoerna Hijau. Dji Sam Soe merupakan merek rokok tertua yang masih bertahan sejak awal berdirinya perusahaan Sampoerna hingga saat ini. Selain itu, produk-produk rokok Sampoerna juga terkenal di media massa atas berbagai macam iklan maupun strategi pemasaran yang kreatif.

Dilansir dari situs Kebumen Update, PT HM Sampoerna Tbk. menguasai pangsa pasar rokok di Indonesia. Sekiranya, ada sekitar 30% pangsa pasar rokok dikuasai. Hal tersebut tidak begitu mengejutkan karena memang perusahaan ini mempunyai beberapa produk yang banyak digemari oleh konsumen Indonesia, antara lain Sampoerna A Mild dan Dji Sam Soe. Sampoerna A Mild berdasarkan Top Brand tahun 2014 Index Fase 1, menempati posisi pertama dalam penjualan rokok Mild dengan angka 53,3%. Rokok ini seakan menjadi raja dari kategori Mild, yaitu rokok yang rendah tar dan nikotinnya. Masih dalam data Top Brand tahun 2014, Dji Sam Soe juga menempati posisi pertama dalam penjualan *rokok non-filter* dengan 53,6%.

Gambar 2.3 – Produk-produk Sampoerna



Sumber: (Website Sampoerna, 2019)

Kini perusahaan Sampoerna telah mengelola lebih dari 25.000 karyawan tetap di perusahaan inti maupun anak perusahaan Sampoerna. Selain itu, Sampoerna juga bekerja sama dengan 38 Mitra Produksi Sigaret dengan pabrik-pabrik yang terletak di seluruh penjuru pulau Jawa dan mempekerjakan sekitar 39.200 pekerja dalam produksi produk Sigaret Kretek Tangan. Sampoerna melakukan penjualan dan distribusi produk-produk rokoknya lewat 114 lokasi kantor cabang, gerai penjualan, dan pusat distribusi yang tersebar di seluruh Indonesia.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Gambar 2.4 – Falsafah Tiga Tangan



Sumber: (Website Sampoerna, 2019)

Seluruh visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan PT HM Sampoerna Tbk. dipayungi oleh filosofi Falsafah Tiga Tangan. Seperti yang digambarkan dalam simbolnya (Gambar 3.1), logo ini merepresentasikan tradisi dan filosofi yang telah menjadi kebanggaan serta landasan keberhasilan perusahaan. Falsafah tiga tangan ini mewakili pemangku kepentingan utama yang harus dirangkul perusahaan dalam mencapai visi dan misinya: perokok dewasa, masyarakat luas, karyawan dan mitra usaha.

Sejak awal berdirinya, Sampoerna senantiasa percaya bahwa kontribusi perusahaan bagi masyarakat luas harus melampaui makna literalnya. Dikutip dari situs resmi perusahaan Sampoerna, dalam upaya memberikan hasil yang berkualitas tinggi, perusahaan harus mampu memberikan dampak positif bagi seluruh *stakeholders* internal dan eksternal.

Visi Perusahaan:

Menjadi perusahaan yang paling terkemuka di Indonesia.

Misi Perusahaan:

Menjalin hubungan baik dengan para stakeholders utama yang berperan penting dalam mewujudkan visi dan misi perusahaan:

- Perokok dewasa
- Masyarakat luas
- Karyawan dan mitra usaha

2.1.3 Logo Perusahaan

Gambar 2.5 – Logo Perusahaan Sampoerna



PT HM SAMPOERNA Tbk.

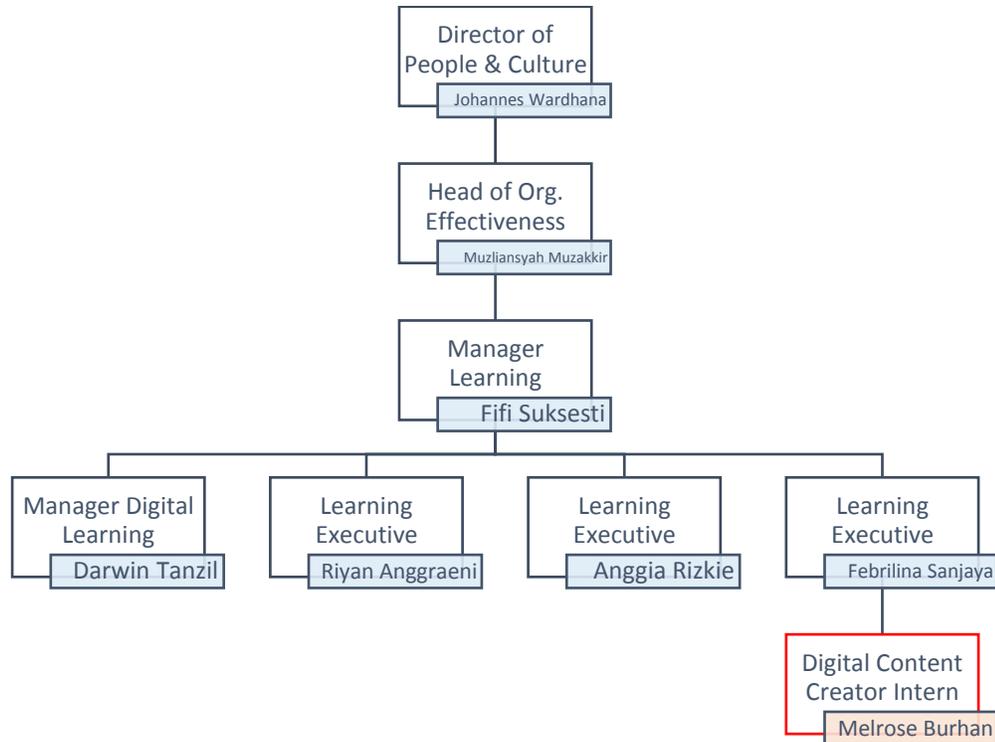
Sumber: (Website Sampoerna, 2019)

Logo ini mengandung berbagai filosofi dan arti sebagai berikut:

1. Sembilan bintang dengan sembilan sudut melambangkan angka hoki (kemakmuran).
2. Falsafah tiga tangan melambangkan misi Sampoerna dan simbol kerja sama.
3. Dua Anjing Fu, makhluk legenda asal Tiongkok sebagai simbol pelindung perusahaan: Anjing jantan di kanan yang menginjak bola adalah lambang pemersatu bangsa, sedangkan singa betina di sebelah kiri yang mengasuh anak merupakan simbol kesuburan hingga generasi anak cucu.
4. “Anggarda Paramita” merupakan kalimat dalam Bahasa Sansekerta yang berarti “menuju kesempurnaan”.
5. Angka 1913 melambangkan tahun didirikannya Handel Maatschpajj oleh Liem Sieng Tee. Sejak tahun 1946, nama perusahaan ini dibahasa Indonesiakan menjadi Hanjaya Mandala.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Gambar 2.6 – Struktur Organisasi Divisi Terkait



Director of Sampoerna: **Mindaugas Trumpaitis**

Director of People and Culture Department: **Johannes Budi Wardhana**

Head of Org. Effectiveness: **Muzliansyah Muzakkir**

Manager of Learning: **Fifi Suksesti**

Manager of Digital Learning: **Darwin Rachmat Tanzil**

Learning team members: **Riyan Anggraeni** (*Learning Executive*)

Anggia Rizkie Sandiaputri (*Learning Executive*)

Febrilina Sanjaya (*Learning Executive*)

Melrose Burhan (*Digital Content Creator Intern*)

Divisi *Learning* merupakan bagian dari Departemen *People & Culture* bersama dengan tujuh divisi lainnya. Divisi ini dipimpin oleh Fifi Suksesti selaku *Manager Learning* dan juga Darwin Rachmat Tanzil selaku *Manager Digital Learning*, dengan *Learning Executives* yang terdiri dari Riyan Anggraeni, Anggia Rizkie Sandiaputri, dan Febrilina Sanjaya. Divisi ini juga dilengkapi dengan beberapa *intern* selaku pembuat konten untuk kebutuhan Divisi *Learning* yang terdiri atas Melrose Burhan, Gita Effendy, dan Auliya Adhi Prakoso.

Divisi *Learning* dalam PT H.M. Sampoerna Tbk. berada di bawah Departemen *People & Culture* bagian *Organization Effectiveness* yang berfokus dalam penciptaan budaya belajar bagi seluruh karyawan dengan mendorong setiap individu untuk mulai belajar di tengah era transformasi yang sedang berkembang, selalu berubah, dan tidak pasti. Divisi *Learning* berdiri sejak tahun 2017 dan disusul oleh *Digital Learning* yang dibentuk pada Januari 2019.

Divisi ini juga sering berkolaborasi dengan divisi *People and Culture* lainnya sebagai *subject matter expert* di mana Divisi *Learning* dapat berperan sebagai *advisor*, *executor*, dan *partner* untuk segala hal yang bersifat '*learning*'. Dalam upaya menciptakan budaya belajar lewat *digital learning platform* #AdaWaktunyaBelajar, Divisi *Learning* juga sering berkolaborasi dengan divisi lain dalam meliputi berbagai macam kegiatan ataupun *event* yang dilakukan dan nantinya akan dijadikan konten yang ditampilkan ke *digital learning platform* tersebut.

Tugas divisi ini terdiri dari pembagian *offline learning* dan *online learning*, sebagai berikut:

a. *Offline Learning*

- Melakukan survei dan *focus group discussion* dengan karyawan untuk mencari tahu preferensi topik pembelajaran yang diminati
- Mengadakan berbagai *workshop*, seminar, dan *sharing session* mengenai topik-topik menarik dengan mengundang *guest speaker*

b. *Online Learning*

- Mengumpulkan referensi konten dari berbagai macam sumber untuk dijadikan konten yang singkat, menarik, dan mudah dibaca di platform *online* #AdaWaktunyaBelajar
- Memproduksi konten yang akan ditampilkan dalam bentuk video, infografis, artikel, dan *podcast*
- Pembuatan materi-materi publikasi *online* dan *offline* untuk menciptakan *awareness* dan *engagement* karyawan untuk mengakses #AdaWaktunyaBelajar
- Melakukan monitoring data yang telah dikumpulkan dari situs #AdaWaktunyaBelajar
- Mengadakan *evaluation meeting* dengan tim *Learning* dalam beberapa bulan sekali untuk melihat perkembangan maupun kendala yang dialami oleh #AdaWaktunyaBelajar untuk pembuatan strategi dan solusi yang dapat dilakukan Sejarah terbentuknya tim *Learning*