

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Sinarmas Agro Resource and Technology (SMART) Tbk. adalah perusahaan publik yang bergerak di bidang produk konsumen berbasis kelapa sawit. Didirikan pada tahun 1962, perusahaan ini telah tercatat di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 1992 (PT SMART Tbk., 2023). Sebagai salah satu perusahaan kelapa sawit terbesar di Indonesia, PT SMART Tbk. mengelola sekitar 134 ribu hektar kebun kelapa sawit, termasuk lahan plasma (PT SMART Tbk., 2023).



Gambar 1 Program Perkebunan Plasma PT SMART Tbk.

Sumber: Dokumen Internal Perusahaan

PT SMART Tbk. menjalankan operasi yang efisien dengan fokus pada produksi yang bertanggung jawab dan berbasis teknologi. Perusahaan ini terlibat dalam seluruh rantai nilai industri kelapa sawit, mulai dari pemanenan dan pengolahan tandan buah segar menjadi minyak sawit mentah (CPO) dan inti sawit, hingga memprosesnya menjadi berbagai produk

bernilai tambah seperti minyak goreng, margarin, shortening, biodiesel, dan oleokimia (PT SMART Tbk., 2023).



Gambar 2 Kegiatan Produksi Oleokimia PT SMART Tbk.

Sumber: Dokumen Internal Perusahaan

Produk unggulan PT SMART Tbk. termasuk minyak goreng merek Filma, Kunci Mas, Menara, Mitra, dan Masku; margarin merek Filma, Pamboon, Goodfry, Menara, Delico, dan Delicoa; serta shortening (Analisis Kapabilitas Proses Produksi Minyak Goreng Filma di PT SMART Tbk. Surabaya, 2018). Minyak goreng Filma merupakan produk unggulan yang harus memenuhi spesifikasi kualitas tertentu. Jika hasil produksi tidak sesuai dengan spesifikasi, minyak tersebut dikategorikan sebagai minyak goreng kualitas Kunci Mas, yang memiliki harga jual lebih rendah, sehingga mengurangi keuntungan perusahaan (Analisis Kapabilitas Proses Produksi Minyak Goreng Filma di PT SMART Tbk. Surabaya, 2018).



Gambar 3 Produk Direct to Consumer yang ditawarkan PT SMART Tbk.

Sumber: Dokumen Internal Perusahaan

PT SMART Tbk. juga dikenal sebagai salah satu produsen minyak sawit terbesar di dunia, dengan kontribusi signifikan terhadap ekspor minyak sawit Indonesia. Pada tahun 2012, Indonesia menjadi produsen minyak sawit terbesar di dunia, dan PT SMART Tbk. memainkan peran penting dalam pencapaian ini (PT SMART Tbk., 2023). Selain itu, PT SMART Tbk. juga berkomitmen untuk menjalankan operasi yang berkelanjutan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Perusahaan ini telah mengadopsi praktik-praktik pertanian berkelanjutan dan berpartisipasi dalam berbagai inisiatif lingkungan untuk mengurangi dampak negatif dari operasinya (PT SMART Tbk., 2023).

SMART memiliki tiga prioritas strategis utama untuk memperkuat posisinya sebagai pemain agribisnis dan pangan terintegrasi yang inovatif dan terkemuka:

1. Intensifikasi produktivitas: SMART berfokus pada peningkatan produktivitas jangka panjang secara berkelanjutan melalui peremajaan kebun-kebun tua dan penanaman bibit unggul yang didukung infrastruktur memadai untuk mekanisasi. Hal ini sejalan dengan komitmen tanpa deforestasi dan penggunaan lahan secara optimal.
2. Peningkatan nilai tambah produk: SMART berupaya mengembangkan portofolio produk sawit bernilai tambah melalui penerapan teknologi baru secara berkesinambungan di fasilitas pengolahannya. Perusahaan memenuhi permintaan produk pangan, oleokimia, dan bioenergi yang lebih sehat dan berkelanjutan, baik di pasar negara berkembang maupun maju. SMART juga mengoptimalkan nilai dari produk sampingan seperti biomassa dan bioenergi.
3. Efisiensi biaya: SMART melakukan efisiensi biaya di seluruh rantai nilai bisnisnya yang terintegrasi. Di sisi hulu, perusahaan menjaga daya saing melalui penerapan pertanian presisi, mekanisasi, dan praktik manajemen perkebunan terbaik. Di sisi hilir, perusahaan mencari peluang otomatisasi dan penerapan teknologi mutakhir untuk mempertahankan keunggulan biaya dan operasional.

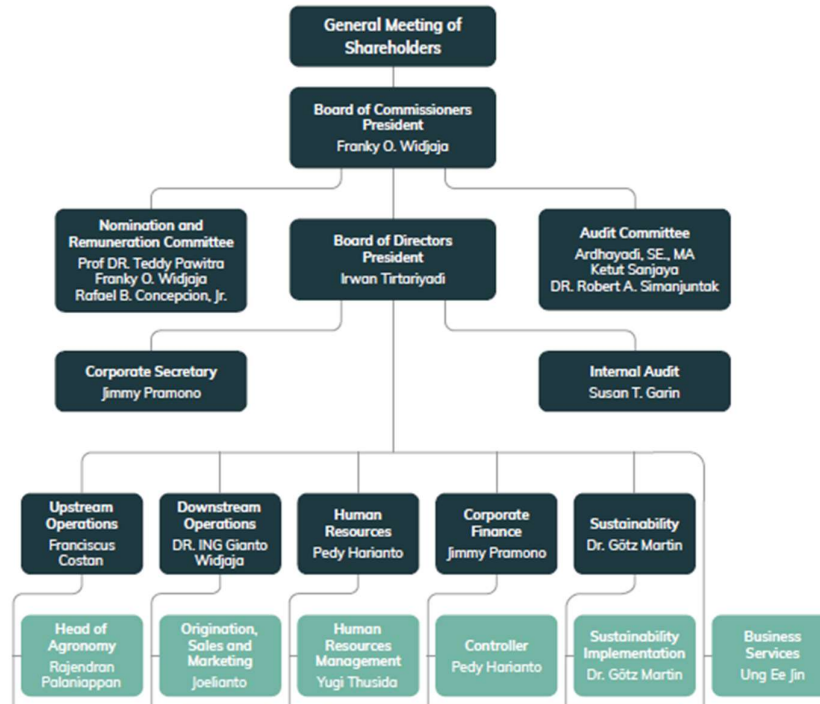
Dengan strategi ini, SMART berkomitmen untuk terus berinovasi dan meningkatkan keunggulan operasional guna menciptakan nilai jangka panjang bagi para pemangku kepentingan dan memastikan keberlanjutan bisnis di masa depan.

Tabel 2 Daftar Anak Usaha PT SMART Tbk.

Entitas Anak	Kegiatan Utama	% Kepemilikan Efektif
PT Tapan Nadenggan	Industri Kelapa Sawit	100.00%
PT Sinarmas Bio Energy	Industri Kimia Dasar Organik dan Energi Terbarukan	100.00%
PT Kresna Duta Agroindo Industri Kelapa Sawit	Industri Kelapa Sawit	100.00%
PT Propertindo Prima	Jasa Transportasi	100.00%
PT Satya Kisma Usaha	Industri Kelapa Sawit	100.00%
PT Sinarmas Sentra Cipta	Jasa Administrasi Kantor	100.00%
PT Perusahaan Perkebunan Panigoran	Industri Kelapa Sawit	99.98%
PT SOCI Mas	Industri Oleokimia	99.39%
PT Langgeng Subur	Perkebunan Tanaman Hias	100.00%
PT Pelangi Sungai Siak	Industri Kelapa Sawit	100.00%
PT Pratama Ronaperintis	Investasi	100.00%

PT Sinarmas Sentra Cipta (PT SSC) adalah pusat layanan bisnis dari PT Sinarmas Agri Resource and Technology (PT SMART) Tbk. PT SSC didirikan pada tahun 2017 dan telah terdaftar sebagai perseroan pada tahun yang sama. PT SSC merupakan anak perusahaan dari PT SMART Tbk., dengan 100% saham dimiliki oleh PT SMART Tbk. Sebagai pusat layanan bisnis, PT SSC menjalankan tiga aktivitas utama di bidang yang berbeda:

1. **Penyewaan dan Penggunaan Hak Guna:** PT SSC mengurus administrasi pekerja ekspatriat dan penunjang pekerjaan administrasi lainnya.
2. **Usaha di Bidang Real Estat:** PT SSC menjalankan usaha di bidang real estat, termasuk namun tidak terbatas pada real estat milik sendiri ataupun milik perusahaan afiliasi PT SMART.
3. **Aktivitas di Bidang Profesional:** PT SSC menyediakan jasa konsultasi manajemen dan layanan profesional lainnya.



Gambar 4 Struktur Perusahaan PT SMART Tbk

Sumber: Dokumen Internal Perusahaan

PT SSC dan PT SMART Tbk. memiliki hubungan yang erat dan tidak dapat dipisahkan. Meskipun PT SSC merupakan perseroan yang berdiri sendiri dan memiliki legalitas tersendiri, PT SMART Tbk. mengakui dalam laporan keuangan tahun 2023 bahwa PT SSC diposisikan sebagai unit business services, layaknya unit bisnis lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa PT SSC berperan penting dalam mendukung operasional PT SMART Tbk. melalui layanan bisnis yang disediakan (Laporan Praktik Kerja Lapangan Pada PT Sinarmas Sentra Cipta, 2018).

2.2 Visi Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

PT SMART sebagai perusahaan sawit terbesar di Indonesia tentu memiliki suatu visi guna menjadi acuan berjalannya sebuah perusahaan. PT SMART menanamkan visi sebagai berikut : “Tujuan kami adalah menjadi perusahaan

agrobisnis dan produk konsumen global yang terbaik dan terintegrasi sepenuhnya – mitra pilihan.”

2.2.2 Misi Perusahaan

Sebuah visi akan hanya menjadi sebuah impian atau keinginan yang tidak akan berjalan dengan baik bila tidak ada visi yang akan berjalan tanpa adanya misi yang menjelaskan langkah besar apa yang perusahaan akan lakukan, berikut adalah misi perusahaan PT SMART “Keinginan kami adalah secara efisien menyediakan produk, solusi, serta layanan agrobisnis dan konsumen yang berkualitas tinggi dan berkelanjutan, guna menciptakan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan.”

2.3 Struktur Organisasi



Gambar 5 Struktur Organisasi Center of Excellence

Sumber: Data Pribadi Penulis

Pada gambar Struktur Organisasi, penulis berada di bawah kedudukan *Operation Accelerator* dan dengan sub divisi *Procurement Operation*.

2.4 Landasan teori

2.4.1 Microsoft Power BI

Microsoft Power BI adalah alat analisis bisnis yang memungkinkan pemanfaatan, transformasi, dan visualisasi data dengan cara yang mudah diakses. Alat Power BI memfasilitasi pelaporan data yang lebih cerdas dan gesit dari data yang

kompleks dalam bentuk yang divisualisasikan. Memvisualisasikan data menawarkan pemahaman yang lebih baik dari data yang kompleks, dan pembuat keputusan dapat dengan mudah menginterpretasikan hasil yang mendorong pengambilan keputusan proaktif (Ashari, Paryudi, & Tjoa, 2013). Power BI menyediakan berbagai fitur visualisasi data yang interaktif, seperti grafik, diagram, dan peta, yang memungkinkan pengguna untuk melihat data dari berbagai sudut pandang (Ashari et al., 2013). Fitur-fitur ini membantu pengguna mengidentifikasi tren, pola, dan wawasan yang tersembunyi dalam data, sehingga memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih baik (Ashari et al., 2013). Selain itu, Power BI juga menawarkan kemampuan untuk mengintegrasikan data dari berbagai sumber, termasuk spreadsheet, database, dan sumber cloud (Ashari et al., 2013). Hal ini memungkinkan pengguna untuk memperoleh gambaran yang komprehensif tentang bisnis mereka, tanpa harus berpindah-pindah antara aplikasi yang berbeda (Ashari et al., 2013).

2.4.2 Procurement dalam Agribisnis

Procurement, atau pengadaan, adalah proses memperoleh barang atau jasa dari pihak eksternal untuk mendukung operasi bisnis (Monczka, Handfield, Giunipero, & Patterson, 2015). Dalam konteks agribisnis, procurement memainkan peran penting dalam memastikan ketersediaan bahan baku, peralatan, dan layanan yang diperlukan untuk produksi dan distribusi produk pertanian (Monczka et al., 2015). Salah satu tantangan utama dalam procurement agribisnis adalah fluktuasi harga dan ketersediaan bahan baku (Monczka et al., 2015). Cuaca, hama, dan penyakit dapat mempengaruhi produksi pertanian, sehingga berdampak pada harga dan pasokan (Monczka et al., 2015). Oleh karena itu, perusahaan agribisnis harus memiliki strategi procurement yang fleksibel dan tangguh untuk mengatasi tantangan ini (Monczka et al., 2015). Selain itu, perusahaan agribisnis juga harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti kualitas, keamanan pangan, dan keberlanjutan dalam proses procurement mereka (Monczka et al., 2015). Hal ini penting untuk memenuhi harapan konsumen dan mematuhi peraturan yang berlaku (Monczka et al., 2015).

2.4.2 Center of Excellence

Center of Excellence (CoE) adalah unit organisasi yang berfokus pada pengembangan dan penyebaran praktik terbaik, pengetahuan, dan kemampuan dalam suatu bidang tertentu (Frost, 2019). CoE bertujuan untuk meningkatkan kinerja organisasi dengan memastikan konsistensi, efisiensi, dan efektivitas dalam pelaksanaan fungsi-fungsi kunci (Frost, 2019). Dalam konteks perusahaan, CoE dapat hadir dalam berbagai bentuk, seperti tim, departemen, atau pusat layanan (Frost, 2019). CoE dapat berfokus pada fungsi bisnis tertentu, seperti procurement, keuangan, atau sumber daya manusia, atau dapat berfokus pada teknologi atau disiplin ilmu tertentu, seperti analitik data atau manajemen proyek (Frost, 2019). Kehadiran CoE di perusahaan dapat memberikan beberapa manfaat, antara lain (Frost, 2019):

1. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional dengan menghindari duplikasi upaya dan memastikan konsistensi dalam praktik terbaik.
2. Mempercepat adopsi dan penyebaran inovasi dan teknologi baru.
3. Meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.
4. Mengembangkan dan mempertahankan keahlian dan pengetahuan kritis dalam organisasi.
5. Menyediakan platform untuk kolaborasi dan berbagi pengetahuan antar unit bisnis dan fungsi.

Dengan demikian, CoE dapat menjadi katalisator untuk transformasi organisasi dan peningkatan kinerja berkelanjutan.