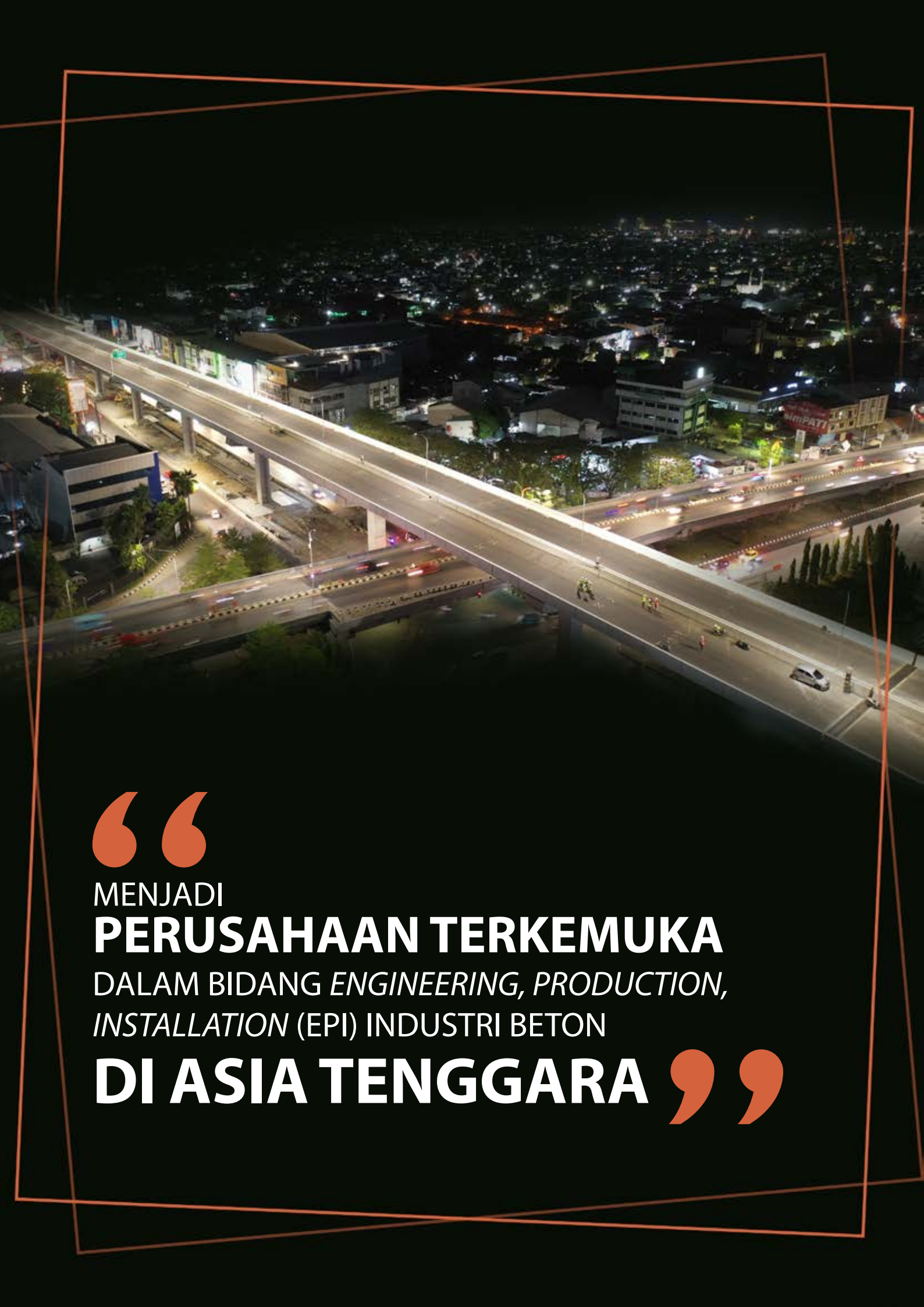


EDISI 06
#DESEMBER 2020

PT WIJAYA KARYA BETON Tbk.
www.wika-beton.co.id

WTON E-MAGAZINE





“

MENJADI

PERUSAHAAN TERKEMUKA

DALAM BIDANG *ENGINEERING, PRODUCTION,*
INSTALLATION (EPI) INDUSTRI BETON

DI ASIA TENGGARA”

Salam Redaksi



Hadian Pramudita

Direktur Utama WIKA Beton

Assalamualaikum Wr. Wb.

Halloo, jumpa lagi Insan WIKA Beton!

Kami segenap tim redaksi WTON Magazine mengucapkan puji syukur kepada Allah, Tuhan Yang Maha Kuasa atas izinnya hingga edisi ini dapat terbit. Meskipun banyak majalah bacaan tapi kami optimis akan mendapat tempat di hati Insan WIKA Beton sekalian.

Dalam edisi keenam ini, kami menyajikan tema "Inovasi or Die". Tema itu menjadi penting, mengingat kondisi bisnis berubah 150 derajat sejak merebak pandemic Covid-19. Bahkan, untuk tahun-tahun selanjutnya sektor usaha harus mengubah pola bisnis menjadi lebih inovatif.

Pada Laporan Utama edisi ini kami akan membahas bagaimana strategi WIKA Beton dalam melakukan inovasi ditengah terpaan pandemi. Meski dalam kondisi perekonomian yang memprihatinkan, Direksi mengajak segenap insan WIKA Beton untuk mengedepankan AKHLAK sebagai *core values* perusahaan dan 'Grow Together for Better Quality of Life' sebagai EVP perusahaan.

WTON Magazine ini kami harapkan tetap menjadi sumber informasi, referensi, dan komunikasi internal sekaligus menjadi *trendsetter* bagi *stakeholder* perusahaan untuk mengeksplorasi informasi dari seluruh unit kerja yang ada di WIKA Beton Group. Saran dan Masukan dari Pembaca sangat kami harapkan untuk kontinuitas penerbitannya. Semoga sajian kami bisa bermanfaat.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Tim Redaksi

Pembina: Direksi Sekretaris Perusahaan • **Pemimpin Redaksi:** Nirmala Fauzia • **Sekretaris:** Hilda Hardianti • **Bendahara:** Mustika Anjasmara • **Kontributor:** Adhi Yusuf Muttaqin (Engineering), Akhmat Sofanul Adi (BSI), Anrik Bastian (Operasi), Arief Wahyudi (HC), Ika Rahmandani (Legal), Khoirunnisa (Operasi), Muhammad Dani S (Busdev), Pratiwi Hastry (GCG), Rizki Arifandi B (QSHE & SM), Vania Setiarini (HC), Winda Agustin (R&D), Wilandari Aldini (PR)



06

Laporan Utama



14

GCG

Membangun Budaya GCG
Pencanangan Roadmap
GCG WIKA Beton Tahun
2021



17

Teknik

Jaga Kepercayaan
Pelanggan,
Produk WIKA Beton
Sudah Berlogo SNI



18

Tips

Finansial Tips
Membangun Bisnis Baru
Dari Awal



Daftar Isi

06	Laporan Utama
09	Sekilas Info
10	Testimoni
12	Legal
14	GCG
17	Teknik
18	Tips
20	Proyek

22	Operasi
24	R&D
26	HC
28	Sekilas PPU
30	Hiburan
31	Kuis
33	Kaleidoskop
44	Award 2020



20

Proyek

Viral di Tahun 2020, Ada Peran WIKABETON di Balik Pembangunan Jembatan PIK



24

R&D

WIKABETON Masuki Bisnis *Structural Health Monitoring System* (WTON SHMS)



28

Sekilas PPU

Konro Santapan Daging Iga Khas Makassar yang Nikmat

“INNOVATE OR DIE”

Inovasi, sebuah kata yang sangat lekat dalam tiap langkah pergerakan PT Wijaya Karya Beton Tbk. (WIKABeton). Merupakan nyawa Perseroan, inovasi membuat WIKABeton terus maju di industri beton tanah air. Nampaknya kita sepakat dengan kata-kata pendiri Apple Steve Jobs, “*Innovation distinguishes between a leader and a follower*”, inovasi adalah yang membedakan antara seorang pemimpin dan pengikut. Pun menjadi salah satu kunci bertahannya Perseroan dalam menghadapi berbagai tantangan yang cukup bergejolak di tahun 2020 ini. Mari kita simak obrolan bersama **Direktur Teknik dan Produksi WIKABeton, Sidiq Purnomo tentang inovasi di WIKABeton berikut ini.**



Mengapa WIKABeton harus terus berinovasi dalam menjalankan bisnisnya?

Karena kita yakin dengan terus berinovasi kita dapat membuat usaha kita tetap *sustain*. Tanpa adanya inovasi dan kepercayaan dari para pelanggan, tentu usaha kita akan sulit berkembang. Ini sudah menjadi *tagline* kita, *Innovation and Trust*. Nah inovasi ini tidak hanya yang terkait dengan produk dan material saja, tapi inovasi bisa dilakukan dalam banyak hal. Bahkan di bidang keuangan pun harus tetap ada inovasi-inovasi yang dijalankan di sana. Bagaimana bisa menagih piutang dengan lebih cepat dan efektif, bagaimana otomatisasi dan digitalisasi bisa mempercepat proses penagihan piutang, bagaimana mempercepat proses dari persediaan menjadi omzet, dan seterusnya. Jadi kreativitas inovasi itu ada dalam segala lini dan itu harus menjadi jiwa kita.

Apa saja langkah besar yang diambil WIKABeton agar dapat terus *survive* di masa sekarang ini, terutama dengan banyaknya pesaing dan adanya kondisi pandemi?

Dengan semakin banyaknya pesaing yang muncul pada saat ini, ditambah lagi sejak bulan tahun ini muncul pandemi, tentu agak sedikit mengganggu bisnis kita. Salah satu strategi agar WIKABeton tetap *survive* di antaranya adalah dengan melakukan optimasi biaya-biaya yang ada termasuk biaya tidak langsung. Biaya usaha itu kita tekan serendah mungkin. Proses-proses produksi juga dioptimalkan. Bahkan manajemen sudah mengambil langkah untuk melakukan penghematan remunerasi pegawai. Ini termasuk langkah kita untuk menurunkan biaya usaha.

Di samping itu, keadaan pandemi ini membuat produktivitas menurun,

N67 E58
13 08 19 F
2313430

N67 E58
13 08 19 F
2313382

N67 E58
13 08 19 E
2313274

N67 E58



nilai penjualan juga ikut turun. Di sinilah kita memanfaatkan untuk memperkuat kompetensi kita. Berbagai *training* jarak jauh tetap kita jalankan untuk meningkatkan kompetensi pegawai di semua lini sambil memperhatikan protokol penjaan dan penanganan COVID-19 dengan baik.

Kemudian strategi kita untuk *survive* itu ya memang harus terus berinovasi. Persaingan di pasar produk-produk standar yang sudah *common* dan sudah mampu diproduksi oleh para pesaing itu ketat sekali. Tapi dengan adanya inovasi, kita tertantang untuk *create* produk-produk baru, dengan penggunaan material-material baru yang lebih optimal dan efisien. Di sinilah letak daya saing Wika Beton.

Selama pandemi ini, apa saja inovasi yang dilakukan Wika Beton untuk memaksimalkan hasil produksi?

Pertama, kita membuat tiang pancang dengan tanpa limbah. Selain bermanfaat secara lingkungan karena tidak ada limbah hasil produksi yang harus dibuang, tiang pancang tanpa limbah ini juga mempercepat siklus produksi. Proses pembuangan itu membutuhkan waktu, jadi kalau itu ditiadakan *time motion* atau *step* produksi itu bisa dipercepat.

Kemudian kita juga melakukan penelitian penggunaan semen PCC atau *Portland Composite Cement*. Biasanya kita pakai semen OPC atau Ordinary Portland Cement. Ternyata dengan penggunaan PCC harga bisa lebih murah.

Dari sisi lingkungan, pabrik yang memproduksi semen PCC itu juga lebih hemat energi. Kita tahu untuk memproduksi 1 (satu) ton semen, terdapat kurang lebih 1 (satu) ton CO₂ juga yang terproduksi. Bayangkan tingkat polusi yang dihasilkan oleh pabrik semen tersebut. Nah dengan adanya proses yang lebih hemat energi di pabrik semen dengan produk PCC ini, berarti hasilnya lebih ramah lingkungan. Dari sisi kita juga akan menghemat harga produksi. Ini salah satu yang kita upayakan dengan penggunaan PCC.

Inovasi ketiga, kita sudah tidak menggunakan lagi penguapan atau *steam curing* saat mendesain pabrik baru. Walaupun satu dua produk masih harus menggunakan *steam curing*, tetapi secara umum desain pabrik baru kita tidak ada fasilitas *steam curing*.

Riset tentang eliminasi *steam curing* ini sudah kita lakukan jauh sekali, mungkin lebih dari 10 (sepuluh) tahun yang lalu. Pada waktu itu kita menggunakan *steam curing* dengan rasio penggunaan bahan bakar 12 (dua belas) liter per kubik. Kemudian bisa direduksi menjadi 8 (delapan) liter dan seterusnya kita tekan angkanya sampai

sekarang mungkin ya tinggal 2 (dua) liter saja. Kalau pabrik yang tanpa *steam curing* ya berarti 0 (nol) liter bahan bakar. Jadi lebih hemat kan.

Apakah inovasi yang ada di WIKA Beton terbukti mendorong efisiensi dan produktivitas Unit Kerja? Apakah benar dapat mengkatrol kinerja Perusahaan selama pandemi?

Inovasi itu menyeluruh, termasuk optimalisasi biaya produksi dari material dan dari sistem produksinya. Kawan-kawan dari pengembangan sistem produksi mengembangkan metode-metode baru, alat-alat yang lebih digital, lebih mekanik. Pengurangan jumlah tenaga manusia dan otomatisasi alat itu semakin kita galakkan.

Kita juga punya CCMS yang ada relasi dengan produk SCM (*supply chain management*). Itu juga sangat membantu, tidak hanya dalam pengendalian tapi juga dalam mengoptimalkan proses produksi lebih cepat, kualitas lebih terjamin, dan bisa dimonitor sewaktu-waktu.

Inovasi-inovasi yang kita lakukan ini sangat mendukung program efisiensi secara keseluruhan. Produktivitas pabrik akan meningkat, kinerja perusahaan juga akan membaik. Kita lihat kinerja 5 (lima) tahun terakhir sajalah. Angka kenaikan HPP (harga pokok penjualan) kita itu relatif sangat kecil. Bahkan ada yang bisa dibilang angkanya sama selama 5 (lima) tahun. Padahal selama jangka waktu itu ada kenaikan upah terjadi, inflasi terjadi, kenaikan harga material juga terjadi. Tetapi HPP kita relatif lebih rendah dari kenaikan itu semua. Itu menunjukkan bahwa inovasi kita di dalam pengembangan sistem produksi maupun upaya-upaya optimalisasi lain di material itu sudah berjalan. Kalau kita lihat struktur biaya kita, ada material, upah, peralatan, dan biaya-biaya tidak langsung, hampir semua lini ini berkontribusi dalam menciptakan HPP yang lebih bersaing.



Bagaimana cara Perusahaan untuk mendorong terus adanya inovasi di WIKA Beton?

Manajemen WIKA Beton terus mendorong adanya inovasi di seluruh lapisan. Mungkin di Kantor Pusat kita sudah punya Biro R&D yang memang programnya sepanjang tahun bergerak di bidang *research & development* material dan produk. Namun demikian, kita juga mendorong adanya inovasi di unit-unit sesuai dengan *scope* mereka. Misalnya bagaimana dia bisa melakukan proses pengecoran lebih cepat, atau bagaimana *stressing* tiang pancang lebih cepat dan aman.

Sebenarnya kalau kita bicara inovasi tidak hanya tentang waktu saja, bagaimana caranya bisa lebih cepat. Tapi kita juga harus mempertimbangkan aspek *quality*, *safety*, *cost*, dan moral dalam melakukan inovasi. Bisa satu hal saja, tanpa mengurangi empat faktor yang lain itu sudah merupakan inovasi yang sangat berarti.

Nah, tim di Pusat ini memiliki kriteria bagaimana inovasi di unit kerja dinilai melalui program Karya Inovasi. Tim Pusat dalam konteks ini adalah bagian Standardisasi dan bagian Quality yang bertugas untuk mengawal itu semua. Poin ini masuk dalam KPI (*Key*

Performance Indicator)-nya harus bisa melahirkan inovasi sekian banyak dalam setahun. Melalui lomba Karya Inovasi ini tiap unit akan berlomba-lomba menunjukkan apa yang bisa dilakukan. Unit yang dinilai paling bagus memberikan kontribusi kepada perusahaan dengan kriteria yang ada akan diberi award tersendiri.

Pesan Bapak untuk para penerus WIKA Beton?

Belajarliah yang banyak. Kalau masih ada generasi senior yang ada di unitnya masing-masing, serap ilmu mereka sebanyak-banyaknya. Kultur baik yang dimiliki oleh para senior itu baiknya ditiru, dilanjutkan, dan ditingkatkan. Nah, kombinasi antara kultur generasi senior dengan kemampuan yang dimiliki anak muda sekarang, yang lebih lincah, lebih *mobile*, lebih maju, lebih cepat, itu akan menjadi kekuatan yang sangat besar bagi WIKA Beton. Terlebih jumlah generasi muda di WIKA Beton yang lebih banyak saat ini tentunya ini merupakan keuntungan bagi WIKA Beton untuk masa mendatang. Tidak perlu khawatir dengan adanya banyak pesaing, kita harus optimis bisa menghadapi persaingan itu. Demi WIKA Beton yang tetap unggul dan tetap yang paling depan! **(Nirmala Fauzia)**

Inovasi dan Peranannya

Peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup manusia bisa terjadi karena adanya penemuan berbagai inovasi dan teknologi. Begitu dominannya peran inovasi teknologi dalam meningkatkan kualitas hidup, banyak negara maju menggunakan kemampuan inovasi dan kemajuan teknologinya sebagai salah satu faktor daya saing seperti yang ada dalam Indeks Daya Saing Global (*Global Competitiveness Indexes* = GCI) yang dikeluarkan oleh *World Economic Forum* (WEF) setiap tahun.

Inovasi memiliki beragam definisi tergantung dari sudut pandang bidang kajian. Dikutip dari buku *Creative and Innovation: Thinking Key Success for Young Professional*, pada intinya inovasi merupakan kelanjutan dari penemuan (*invention*) dan merupakan penciptaan nilai (*creation of value*). Dalam penciptaan nilai tersebut, inovasi harus secara signifikan mampu memberikan nilai tambah, yang direpresentasikan pada layak jual (diterima pasar) atau tidaknya produk/jasa inovatif tersebut.

Dengan demikian, inovasi erat hubungannya dengan kemampuan untuk memahami aspek *NEED* (kebutuhan) maupun *WANT* (keinginan) konsumen. Inovasi juga erat kaitannya dengan sikap kreatif, yaitu sikap yang selalu merasa tidak puas dengan praktik yang ada saat ini.

yang mendorong munculnya inovasi. Perubahan manajemen yang dimaksud adalah sikap perusahaan/bisnis yang merespons ketidakpuasan konsumen (*user product*) dengan menciptakan produk/jasa/sistem yang baru, yaitu sistem yang memberikan kemudahan, produktivitas, efisiensi dan kepuasan yang lebih tinggi dari sebelumnya.

Di era sekarang, pendekatan manajemen lebih komprehensif, karena lingkungan berubah lebih cepat, contohnya munculnya banyak ide-ide baru, berkembangnya produk baru, kompetitor yang tumbuh dengan cepat, kebutuhan *costumer* yang semakin meningkat dan bervariasi. Semua itu membutuhkan pengelolaan lingkungan yang lebih integratif.

Solusi manajemen pada era sekarang adalah menciptakan fleksibilitas, *responsiveness* dan inovasi dalam menciptakan *costumer satisfaction*, agar lebih produktif (*doing thing rights*) dan lebih efektif (*doing the right thing*).

Bagaimana Generasi Muda Merespon Perubahan Manajemen?

- Manusia yang kreatif dan inovatif menurut Barron (1969) adalah mereka yang secara konsep mampu dengan lancar :
- Menghasilkan banyak ide secara cepat.
- Menghasilkan ide yang orisinal dan tidak umum.
- Memisahkan antara sumber dan isi dalam mengevaluasi informasi.
- Mempertahankan ide dan membedakan dengan ide lain.
- Memiliki keterkaitan pada problem dalam satu kerangka pemikiran yang utuh.
- Memiliki ketekunan/kekerasan hati

untuk selalu mengikuti problem yang dihadapi.

- Mudah menunda penilaian dan tidak gampang membuat komitmen secara terburu-buru.
- Memiliki kemampuan untuk menganalisis, eksplorasi secara kuat dan konsisten.
- Memiliki cara pandang yang genius terhadap suatu permasalahan kognitif/intelktual.

Meskipun eksplorasi ide adalah langkah awal yang perlu dikembangkan agar profesional/organisasi memiliki daya saing yang berkelanjutan, beberapa hal dalam mengembangkan ide perlu kita cermati. Demikian sulitnya merealisasikan ide menjadi produk yang layak jual secara komersial (bisnis). Meskipun realisasi dalam bisnis itu sulit, tetapi tidak ada kemajuan bisnis apapun tanpa dimulai dari ide yang hebat.

Hubungan Kreativitas, Inovasi, Teknologi, Manajemen dan Entrepreneurship

Untuk mampu menghasilkan ide kreatif yang fleksibel (layak jual), maka kita harus memahami bahwa antara daya kreativitas dan inovasi harus dapat dikemas dengan IPTEKS (ilmu pengetahuan, teknologi, sains, dan seni). Selain itu, semuanya perlu dikembangkan melalui kemampuan manajemen dan *enterpreneurship* yang tinggi, sehingga kualitas daya jualnya mampu bertahan secara berkelanjutan.

Entrepreneur memiliki peran penting dalam mewujudkan inovasi yang layak jual. Salah satu karakter seorang inovator yang bermental entrepreneur dalam memerangi kegagalan dalam percobaan maupun kegagalan kehidupan adalah pantang menyerah dan berusaha melihat perspektif kegagalan sebagai hal yang positif untuk membangun semangat baru. Semangat menjadi pembelajar adalah juga bagian dari spirit kreatif dan inovatif. (Hilda Hardianti)

Pemicu Inovasi

Apa yang mendorong aktivitas inovasi? Ternyata, perubahan manajemenlah



Innovation

Bagaimana penerapan inovasi yang kalian maksud?

- Membuat komposisi beton yang ideal dengan memanfaatkan kondisi material alam yang ada

● Menghemat biaya

- Inovasi yang berdampak langsung pada proses bisnis dengan memberikan nilai tambah dan meningkatkan daya saing perusahaan
- Memberikan ide-ide baru yg memberikan nilai tambah untuk perusahaan, baik produk baru maupun proses yang lebih efektif dan efisien.

- Inovasi diinisiasi oleh manajemen dan dilaksanakan sesuai fungsinya oleh operasional

- Meningkatkan kualitas produk yang lebih baik yang berdaya saing serta memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan efisien produk

Apakah inovasi tersebut bisa diterapkan dan berdampak langsung bagi perusahaan?

- Bisa diterapkan. Namun butuh waktu dan proses yang cukup lama agar bisa merasakan manfaatnya
- Bisa diterapkan dan berdampak langsung bagi perusahaan dengan waktu yang singkat

- Bisa diterapkan karena inovasi adalah perubahan yang terjadi dalam suatu perusahaan dan merupakan salah satu untuk mengembangkan perusahaan menuju arah perubahan yang lebih baik seiring dengan perkembangan zaman.

- Bisa diterapkan dan berdampak langsung bagi perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang



- **Mendukung sepenuhnya supaya bisa tercapai beton non limbah**

Distribusi dalam bentuk apa yang akan kalian lakukan untuk mendukung inovasi yang kalian inginkan?

- Tetap menjadi seorang SDM yg berkualitas

- **Usulan ide ide kreatif**

- Mendorong oranisasi untuk berinovasi dalam wadah GKM serta memberikan reward utk personil yg mempunyai inovasi yg mempunyai nilai tambah untuk perusahaan.

- **Mencipkan inovasi-inovasi produk terbaru dan meningkatkan pelayanan bagi pelanggan yang lebih baik.**

- Bentuk tim work yang bergairah dan fokus pada pencapaian target serta dapat terus berkelanjutan



Semakin berkembangnya jaman dan teknologi akan semakin banyak karya-karya yang diciptakan dan dikembangkan. Semakin banyak pula orang yang berlomba-lomba menciptakan suatu inovasi baru untuk memberikan kemudahan dan dapat dinikmati dalam kehidupan sehari-hari. Setiap penemu atas suatu karya inovasi berhak menerima manfaat secara ekonomi maupun perlindungan atas penggunaan karya-karyanya tersebut. Sebagai bentuk keseriusan negara dalam memberikan perlindungan atas hasil inovasi dan kreativitas tersebut di bawah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia terdapat satu direktorat khusus yang menangani segala urusan Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya dalam artikel ini kita sebut HKI) yaitu Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

Meskipun terdapat berbagai jenis HKI, namun pada artikel ini penulis akan mengajak insan WIKI Beton sekalian untuk lebih mengenal HKI yang lebih banyak bersentuhan langsung dengan kegiatan usaha WIKI Beton, yaitu berupa Paten dan Merek.

PATEN

Paten merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada inventor (penemu paten) atas hasil invensinya di bidang teknologi untuk jangka waktu tertentu melaksanakan sendiri invensi tersebut atau memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk melaksanakannya.

Invensi adalah ide inventor yang dituangkan ke dalam suatu kegiatan pemecahan masalah yang spesifik **di bidang teknologi** berupa produk atau proses, atau penyempurnaan dan pengembangan produk atau proses.

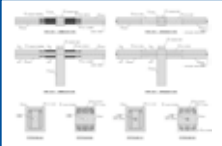
Pada dasarnya Paten dibedakan menjadi 2 :

Lindungi Inovasimu Kenali Paten dan Merek!

Secara umum pengertian dan jenis-jenis HKI yang dilindungi di Indonesia adalah sebagai berikut:

HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL

Hak yang timbul sebagai hasil olah pikir (hasil karya) yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna bagi kehidupan

	P A T E N		M E R E K		HAK CIPTA		DESAIN INDUSTRI
	INDIKASI GEOGRAFIS		DESAIN TATA LETAK SIRKUIT TERPADU		RAHASIA DAGANG		



Paten Biasa (Paten)

- Paten biasa diberikan untuk invensi yang baru, mengandung langkah inventif, dan dapat diterapkan dalam industri
- Progres teknologi dalam paten biasa lebih spesifik/ detail daripada progres teknologi dalam paten sederhana
- Jangka waktu perlindungan paten biasa selama 20 tahun sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran
- Klaim pada paten biasa tidak dibatasi jumlahnya



Paten Sederhana

- Paten sederhana diberikan untuk setiap invensi baru, pengembangan dari produk atau proses yang telah ada (bukan sekadar berbeda ciri teknisnya, tetapi harus memiliki fungsi/kegunaan yang lebih praktis), dan dapat diterapkan dalam industri.
 - Paten sederhana juga diberikan untuk invensi yang berupa proses atau metode yang baru
 - Progres teknologi dalam paten sederhana lebih simpel daripada progres teknologi dalam paten biasa
 - Jangka waktu perlindungan paten sederhana selama 10 tahun sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran
- Klaim paten sederhana dibatasi dengan satu klaim mandiri



Alur Pendaftaran Paten



Pastinya Insan WIKA Beton sudah tahu bahwa WIKA Beton telah mendaftarkan paten atas beberapa produk beton, sampai dengan saat ini sudah terdapat 11 paten biasa dan 6 paten sederhana yang didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

Tidak hanya sekedar Hak Kekayaan Intelektual, paten tentunya memiliki fungsi atau manfaat, di antaranya:

1. Jaminan perlindungan hukum
2. Menambah kepercayaan konsumen
3. Memberi tambahan keuntungan
4. Merupakan aset perusahaan
5. Mengurangi Plagiarisme dan Eksploitasi Karya
6. Mengurangi Kompetitor

Dalam rangka memberikan kemudahan kepada pendaftar dan meningkatkan kualitas pelayanan kekayaan intelektual, DJKI telah *melaunching* layanan pendaftaran paten secara *online* per tanggal 17 Agustus 2019. Sehingga pengajuan pendaftaran paten tidak perlu datang langsung ke DJKI melainkan dapat dilakukan secara *online* melalui *website paten.dgip.go.id*.

Jika Insan WIKA Beton ingin mengetahui lebih dalam tentang paten, Insan WIKA Beton dapat membaca Undang-undang No. 13 Tahun 2016 tentang Paten.

MEREK

Merek merupakan tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur

tersebut yang memiliki **daya pembeda** dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Sehingga dengan kata lain merek merupakan identitas dari sebuah bisnis termasuk menjadi instrumen yang mewakili sebuah perusahaan.

Perlu Insan WIKA Beton ketahui bahwa logo WIKA Beton telah terdaftar sebagai hak merek. Hal ini dilakukan untuk memberikan identitas diri perusahaan pada produk-produk WIKA Beton, sehingga setiap produk WIKA Beton akan lebih mudah dikenali khalayak umum dan tidak akan tertukar dengan produk dari perusahaan lain karena terdapat logo WIKA Beton.

Berbicara terkait fungsi atau manfaat merek, DJKI membedakan fungsi “pemakaian merek” dan “pendaftaran merek”.

Pemakaian merek berfungsi sebagai:

1. Tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan

seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya.

2. Alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut Mereknya.
3. Jaminan atas mutu barangnya.
4. Penunjuk asal barang/jasa dihasilkan. Sedangkan pendaftaran merek berfungsi sebagai:

1. Alat bukti bagi pemilik yang berhak atas Merek yang didaftarkan.
2. Dasar penolakan terhadap Merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang/jasa sejenisnya.
3. Dasar untuk mencegah orang lain memakai Merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenisnya.

Pada tanggal 17 Agustus 2020 selain *melaunching* layanan pendaftaran Paten, DJKI juga *melaunching* layanan pendaftaran desain industri dan layanan pendaftaran merek. Untuk layanan pendaftaran merek dapat diakses melalui *website merek.dgip.go.id*.

Jika Insan WIKA Beton ingin mengetahui lebih dalam tentang paten, Insan WIKA Beton dapat membaca Undang-undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

(Legal WIKA Beton)



Alur Pendaftaran Merek



Membangun Budaya GCG

Pencanangan Roadmap GCG

WIKA Beton Tahun 2021

Tata Kelola perusahaan merupakan salah satu praktik baik perusahaan yang meyakinkan perusahaan diarahkan, dikelola, dan dimonitor dengan baik sehingga tujuan perusahaan tercapai. Investor memberikan nilai lebih bagi perusahaan yang memiliki tata kelola perusahaan yang baik. Bahkan menurut survei yang dilakukan McKensey & Co. terdapat indikasi bahwa investor rela membayar 20% lebih tinggi bagi perusahaan yang memiliki tata Kelola perusahaan yang baik (Nowland, 2007).

Implementasi *Good Corporate Governance* (GCG) sangat tergantung dari kemampuan perusahaan untuk menginternalisasikan prinsip-prinsip GCG, seperti: transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, kewajaran dan kesetaraan, ke dalam kompetensi produktif dan kompetensi adaptif karyawan dan pimpinan di perusahaan. Namun dalam kenyataan di lapangan, fakta selalu menunjukkan bahwa implementasi GCG masih dalam taraf kompetensi normatif. Artinya, secara normatif setiap pimpinan dan karyawan di perusahaan paham akan pengertian GCG, tapi belum mampu menjadikannya sebagai kekuatan untuk meningkatkan produktivitas dan adaptasi terhadap perubahan di lingkungan bisnis yang sangat kompetitif ini. Hal ini nampak saat perusahaan mengundang lembaga independen untuk melakukan penilaian terhadap penerapan GCG di perusahaannya. Tak dapat dipungkiri, mulai manajemen puncak sampai ke karyawan tingkat bawah selalu



gelagapan dan terkesan tidak siap saat pihak asesor meminta dokumen dan data pendukung sebagai pelengkap dalam penilaiannya.

Kisah tersebut menunjukkan bahwa praktik penerapan GCG di perusahaan masih belum menjadi kebiasaan, masih belum menjadi budaya, hanya sekedar slogan, belum dijiwai oleh seluruh karyawan perusahaan.

Oleh karena itu, pada tahun 2021, berdasarkan Roadmap GCG, WIKA Beton mencanangkan “Menjadikan GCG

sebagai Budaya” dengan harapan bahwa seluruh Insan WIKA Beton menjadi terbiasa dan melaksanakan setiap tugas yang menjadi tanggung jawabnya dikerjakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, pedoman, prosedur, dan kebijakan perusahaan serta prinsip-prinsip GCG. Faktor penilaian terhadap praktik GCG menjadi bagian dari pelaksanaan tugas keseharian, sehingga kapanpun akan dilakukan penilaian, semua data dan dokumennya sudah siap.



Budaya GCG

Pengertian budaya secara umum adalah gaya hidup suatu kelompok atau masyarakat yang berkembang dan diwariskan secara turun temurun.

Budaya pada suatu organisasi adalah norma, nilai – nilai, asumsi, kepercayaan, filsafat, kebiasaan organisasi, dan sebagainya (isi budaya organisasi) yang dikembangkan dalam waktu yang lama oleh pendiri, pemimpin, dan anggota organisasi yang disosialisasikan dan diajarkan kepada anggota baru serta diterapkan dalam aktivitas organisasi. Kondisi ini mempengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku anggota organisasi dalam memproduksi produk, melayani para konsumen, dan mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat diartikan bahwa yang dimaksud Budaya GCG adalah suatu bentuk tata kelola perusahaan yang baik dengan suatu sistem yang mengatur hubungan peran Dewan Komisaris, peran Direksi, Pemegang Saham dan Pemangku Kepentingan lainnya. Tata kelola perusahaan yang baik juga disebut sebagai suatu proses yang transparan

atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaiannya dan penilaian kinerjanya. Penerapan praktik GCG berjalan secara kontinyu dimana seluruh karyawan yang terlibat di dalam perusahaan patuh menjalankan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Lalu, untuk selanjutnya dapat menjalankan *core values* atau nilai-nilai inti perusahaan di seluruh level dan jajaran organisasi dengan sempurna. Perusahaan yang berbudaya integritas pasti melengkapi tata kelola perusahaan dengan pedoman tata kelola perusahaan (*code of corporate governance*), pedoman perilaku (*code of conduct*), standar prosedur operasional perusahaan, pedoman penanganan benturan kepentingan (*conflict of interest*), panduan etika bisnis, dan pedoman-pedoman lainnya untuk tujuan menjaga budaya integritas dalam implementasi GCG yang tegas dan jelas.

Implementasi GCG tidak hanya merupakan kesadaran kolektif untuk menciptakan tata kelola formalitas oleh dorongan dari kewajiban. Tapi, menjadi kesadaran dalam budaya integritas di semua level dan jajaran organisasi. Lalu,

secara berkelanjutan dan konsisten melaksanakan GCG dengan komitmen dari visi, misi, dan nilai-nilai inti perusahaan yang sesuai dengan semangat budaya GCG.

Membangun Budaya GCG

Perusahaan yang besar pada dasarnya dibangun oleh landasan perusahaan yang baik. Salah satu landasan perusahaan adalah budaya yang diterapkan di dalamnya. Tanpa ada budaya, kesuksesan perusahaan tidak akan bisa terealisasi. Hal yang terpenting dalam menentukan budaya perusahaan adalah dibutuhkan karyawan-karyawan yang berkeinginan tinggi untuk bekerja dengan bersungguh-sungguh. Bukan hanya karyawan yang sekadar bekerja demi mendapatkan gaji.

Tentunya untuk membangun budaya GCG tidak semudah membalikan telapak tangan. Perlu proses yang cukup panjang untuk membentuk karyawan yang bisa menerapkan budaya yang diharapkan. Diperlukan langkah-langkah dalam membiasakan karyawan. Lantas Langkah-langkah apa saja yang diperlukan untuk membangun budaya di perusahaan?

- **Tetapkan Misi dan Visi dari Budaya yang diinginkan**

Langkah pertama untuk membentuk budaya perusahaan adalah dengan menentukan visi dan misi perusahaan. Dengan visi dan misi menjadikan perusahaan lebih terarah dalam menjalankan bisnisnya. Penting bagi semua orang dalam perusahaan untuk memahami budaya perusahaannya. Budaya perusahaan erat hubungannya dengan segala macam sifat serta kebiasaan dari semua orang yang ada di perusahaan tersebut. Suatu budaya perusahaan tentu saja harus mengacu pada perilaku, bukan pada hal lain.

Budaya kerja adalah suatu perilaku, kebiasaan-kebiasaan, baik yang berada di lingkungan kerja ataupun di luar lingkungan kerja. Dasar dari budaya kerja adalah visi dan misi perusahaan,

penjabaran visi dan misi menghadirkan sebuah budaya kerja yang harus dipatuhi semua karyawan.

Tetapkan target yang akan dicapai. Menetapkan target perusahaan berguna untuk memotivasi para karyawan dan memaksimalkan hasil kerja mereka. Hal ini juga berguna untuk mempererat hubungan karyawan dan memberi mereka sesuatu yang dapat diusahakan. Target merupakan salah satu penentu agar perusahaan akan tetap maju.

- **Sosialisasi Visi dan Misi**

Saat visi dan misi sudah terbentuk, maka langkah selanjutnya adalah dengan melakukan sosialisasi kepada seluruh karyawan di perusahaan. Tujuan dari sosialisasi adalah agar seluruh karyawan mengetahui dan memahami mengenai visi dan misi perusahaan. Dalam sosialisasi ini perlu dilakukan komitmen bersama mulai dari jajaran manajemen puncak hingga level staf untuk saling menjalankan visi dan misi perusahaan dalam setiap aktivitas pekerjaan.

Berbagai ragam corak bentuk sosialisasinya, bisa dalam bentuk pelatihan, pembinaan, *coaching*, pendampingan, atau berupa *sign ad* semisal mulai dari spanduk, *billboards*, mural, sampai dengan bentuk sederhana seperti papan nama, marka jalan, dan papan informasi.

- **Menghidupkan Budaya Kerja yang Ditetapkan**

Setiap budaya kerja yang sudah ditetapkan wajib untuk dihidupkan dalam kegiatan sehari-hari. Fungsinya adalah agar masing-masing karyawan terlatih untuk menjalankan budaya tersebut. Jika dilaksanakan setiap hari, maka akan terbentuk kebiasaan yang baik bagi setiap karyawan. Tanpa dilakukan setiap hari sulit untuk membiasakan kebiasaan baik bagi karyawan. Untuk pembentukan kebiasaan ini diperlukan sebuah komitmen.

Komitmen merupakan hal yang terpenting dari sebuah budaya perusahaan. Dibutuhkan komitmen yang tinggi dari semua jajaran untuk memelihara sebuah budaya perusahaan. Dengan komitmen tinggi atas sebuah budaya, hal ini akan memberikan banyak manfaat kepada perusahaan tersebut. Disaat semua karyawan dalam perusahaan dapat dengan baik menjalankan budaya perusahaan yang positif, pastinya karyawan akan merasa nyaman dan menghasilkan produktivitas kerja yang tinggi.

- **Mengukur Implementasi Budaya Kerja**

Ketika budaya kerja sudah dilaksanakan, maka perlu adanya evaluasi dari masing-masing unit kerja yang ada di perusahaan. Evaluasi ini diperlukan untuk mengukur hasil implementasi dari penerapan budaya kerja. Perlu dipahami bahwa tanpa adanya evaluasi maka akan terjadi sebuah proses sistem kerja yang apa adanya. Tanpa adanya ukuran dan penilaian atas hasil yang dicapai.

- **Memberikan Reward dan Punishment**

Langkah terakhir adalah memberikan reward dan punishment terhadap karyawan yang sudah atau belum menjalankan budaya perusahaan. Tidak perlu *reward* yang mahal ataupun *punishment* yang berat untuk karyawan yang sudah dan belum melaksanakan budaya perusahaan. Namun langkah ini sebagai upaya untuk menjaga agar para karyawan tetap bersemangat menjalankan budaya perusahaan yang sudah terbentuk.

Peran Pemimpin Perusahaan

Untuk membangun budaya organisasi pada hakikatnya adalah membangun elemen-elemen budaya organisasi agar sesuai dengan visi, misi, dan tujuan organisasi yang sudah ditetapkan. Pemimpin yang

dibutuhkan adalah seorang *leader* yang memiliki visi jauh ke depan, baik dalam berkomunikasi dan memberikan contoh untuk mentransformasi kepada anggotanya.

Fungsi pemimpin organisasi dalam membangun budaya organisasi ini sangat penting. Karena dia yang menggerakkan anggota organisasi untuk mewujudkan dan mencapai visi, misi, dan tujuan yang diharapkan organisasi. Oleh karenanya, pemimpin setidaknya harus mampu menjalankan atau mencontohkan elemen-elemen budaya organisasi yang sudah dibentuk dan ditetapkan kepada anggota organisasi agar bisa mengikutinya. Tak kalah pentingnya adalah peran pemimpin perusahaan dari tingkat pusat hingga pimpinan di masing-masing unit usaha, yang menunjuk PIC yang bertugas untuk memantau, mengevaluasi, dan melakukan perbaikan selama proses perjalanan pembentukan budaya GCG di unit usahanya masing-masing.

Tahun 2021 mendatang, WIKA Beton akan melaksanakan penilaian/ asesmen atas penerapan GCG yang dilakukan oleh lembaga independen dari luar perusahaan. Harapan kita, dengan terbangunnya budaya GCG di WIKA Beton, pelaksanaan penilaian penerapan GCG akan berjalan lancar, tidak grasak-grusuk menyiapkan data dan dokumen atau bahkan bisa jadi mengada-adakan dokumen yang diperlukan. Harapan akhirnya, tentunya adalah skor penilaian GCG lebih baik dan meningkat dibandingkan penilaian GCG pada tahun 2019. Dengan naiknya skor penilaian GCG akan menjadikan WIKA Beton lebih dipercaya oleh para pemegang saham dan calon investor lainnya. **(PAS/dari berbagai sumber)**

*) Priatna Agus Setiawan adalah Anggota Komite GCG PT Wijaya Karya Beton Tbk

Jaga Kepercayaan Pelanggan, Produk WIKA BETON Sudah Berlogo SNI

Standar Nasional Indonesia (SNI) merupakan satu-satunya standar yang berlaku secara nasional di Indonesia yang dirumuskan oleh Panitia Teknis dan ditetapkan oleh Badan Standardisasi Nasional (BSN). Penerapan dan penetapan SNI terhadap suatu produk sangat penting dalam rangka meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan oleh produsen. Selain itu, SNI juga dapat digunakan sebagai salah satu alat kebijakan pemerintah dalam menata struktur ekonomi secara lebih baik.

Di era perdagangan bebas seperti saat ini, pemenuhan standar nasional pada barang dan/atau jasa dapat meningkatkan daya saing produk menjadi lebih tinggi di pasaran. Dari sisi konsumen penggunaan standar nasional pada produk juga menguntungkan dalam hal jaminan kualitas, harga barang yang kompetitif, serta keamanan penggunaan barang.

Seperti yang kita ketahui, PT Wijaya Karya Beton Tbk. (WIKABETON) merupakan produsen beton pracetak terbesar di seluruh Indonesia, bahkan di Asia Tenggara. Sesuai dengan motto perusahaan yaitu *"Innovation and Trust"*, sudah menjadi tanggung jawab perusahaan untuk terus melakukan inovasi dan mempertahankan kepercayaan seluruh konsumennya.

Terdapat banyak cara yang ditempuh oleh perusahaan untuk memastikan bahwa motto ini menjadi jiwa perusahaan dalam setiap kegiatan bisnisnya. Misalnya saja dalam bidang mutu, WIKABETON telah mengajukan sertifikasi penggunaan logo SNI sebagai jaminan kualitas dan mutu atas produk beton pracetak WIKABETON. Hasilnya, WIKABETON



telah memperoleh Sertifikat Produk Penggunaan Tanda (SPPT) SNI terhadap SNI 6880:2016, melalui lembaga Sertifikasi Produk (LSPRO) yakni PT Global Inspeksi Sertifikasi (GIS) sebagai lembaga yang ditunjuk oleh BSN (Badan Standardisasi Nasional).

Saat ini WIKABETON telah memperoleh Sertifikat Produk Penggunaan Tanda (SPPT) SNI yang mencakup seluruh Pabrik Produk Beton

(PPB) milik WIKABETON di seluruh Indonesia yang saat ini berjumlah 10 (sepuluh) pabrik.

Dengan penerapan SNI ini, setiap aspek dalam proses produksi beton pracetak di WIKABETON telah terjamin. Di antara aspek produksi beton pracetak tersebut mencakup:

- Material penyusun beton,
- Proporsi Campuran Beton (Mix Design),
- Penulangan dan baja prategang,
- Kriteria Moulding,
- Proses Produksi,
- Pengecoran,
- Finishing,

Karena itulah di setiap produk WIKABETON, konsumen dapat menemukan logo SNI sebagai jaminan kualitas. Inilah salah satu cara perusahaan untuk dapat menjaga kepercayaan konsumen selama lebih dari dua dekade menjadi pemimpin di dunia beton pracetak. **(Adhi Yusuf Muttaqin)**

Finansial Tips Membangun Bisnis Baru Dari Awal

Jika anda ingin memulai bisnis tetapi tidak tahu harus mulai dari mana, jangan khawatir, anda tidak sendirian. Faktanya, mengingat realitas ekonomi baru di zaman kita, lebih banyak orang daripada sebelumnya yang menemukan bahwa pekerjaan yang mereka pikir sedang menunggu mereka ternyata tidak ada.

Yang lain sampai pada kesimpulan bahwa mereka lebih suka menciptakan pekerjaan yang mereka sukai, dibangun agar sesuai dengan tujuan hidup mereka sendiri.

Tidak peduli apa motivasi menjadi bos bagi diri anda sendiri, anda bisa mulai hari ini. Berikut delapan tip untuk memulai *passion* anda menjadi kenyataan, seperti dilansir melalui Entrepreneur:

1. Bertanggung jawab untuk diri sendiri.

Jika anda tidak puas dengan keadaan anda saat ini, akui bahwa tidak ada yang bisa memperbaikinya kecuali anda. Tidak ada gunanya menyalahkan ekonomi, atasan anda, pasangan anda atau keluarga anda. Perubahan hanya bisa terjadi ketika anda membuat keputusan sadar untuk mewujudkannya.

2. Identifikasi bisnis yang tepat untuk anda.

Beri keleluasaan bagi diri anda untuk menjelajah. Buka segala perspektif untuk melihat berbagai aspek diri anda seperti kepribadian, gaya sosial, usia, dan dengarkan intuisi anda.

Kita cenderung mengabaikan intuisi meskipun jauh di lubuk hati kita sering mengetahui kebenarannya. Tanyakan pada diri anda, apa yang memberi anda energi bahkan ketika lelah.

Untuk mengetahui bisnis apa yang untuk bagi diri sendiri, ada tiga pendekatan umum untuk kewirausahaan.

Pertama, lakukan apa yang anda ketahui. Jika anda pernah di-PHK atau menginginkan perubahan, maka lihatlah pekerjaan yang telah anda

lakukan untuk orang lain di masa lalu dan pikirkan tentang bagaimana anda dapat mengemas keterampilan itu dan menawarkannya sebagai layanan atau produk anda sendiri.

Kedua, lakukan apa yang orang lain lakukan. Pelajari tentang bisnis lain yang menarik minat anda. Setelah anda mengidentifikasi bisnis yang Anda sukai, tiru.



Ketiga, Selesaikan masalah umum. Pikirkan mengneai celah di pasar dan layanan atau produk yang ingin anda pasarkan. Jika anda memilih untuk melakukan ini, pastikan anda menjadi siswa dan dapatkan pengetahuan terlebih dahulu sebelum mengeluarkan uang.

3. Perencanaan bisnis meningkatkan peluang sukses.

Kebanyakan orang tidak membuat rencana, tetapi ini akan membantu anda mencapai pasar lebih cepat. Rencana bisnis akan membantu anda mendapatkan kejelasan, fokus, dan kepercayaan diri. Rencana tidak perlu lebih dari satu halaman. Saat anda menuliskan tujuan, strategi, dan langkah tindakan anda, bisnis anda menjadi nyata.

4. Kenali audiens target anda sebelum anda menghabiskan uang satu sen pun.

Sebelum mengeluarkan uang, cari tahu apakah orang benar-benar akan membeli produk atau layanan anda. Anda dapat melakukan ini dengan memvalidasi pasar. Dengan kata lain, siapa sebenarnya yang akan membeli produk atau jasa anda selain keluarga atau teman.

Perhitungkan, besaran target pasar, pelanggan, produk atau layanan yang ditawarkan relevan dengan kehidupan sehari-hari konsumen, dan kebutuhan mereka.

5. Pahami keuangan pribadi dan bisnis anda.

Sebagai seorang pengusaha, kehidupan pribadi dan bisnis anda saling berhubungan. Anda cenderung menjadi investor pertama dan mungkin satu-satunya.

Oleh karena itu, memiliki pemahaman terperinci tentang keuangan pribadi anda, dan kemampuan untuk melacaknya, adalah langkah pertama yang penting sebelum mencari pendanaan dari luar untuk bisnis anda.

Saat membuat rencana bisnis, anda perlu mempertimbangkan jenis bisnis yang anda bangun, seperti bisnis gaya hidup, waralaba, atau bisnis teknologi tinggi. Bergantung pada posisi anda dalam kontinum, anda akan membutuhkan jumlah uang yang berbeda untuk meluncurkan dan mengembangkan bisnis anda, dan tidak masalah jenis uang yang anda terima.

6. Bangun jaringan pendukung.

Anda telah membuat komitmen internal untuk bisnis anda. Sekarang Anda perlu mengembangkan jaringan pendukung, penasihat, mitra, sekutu, dan *vendor*. Jika anda percaya pada bisnis anda, orang lain juga akan percaya.

Bangun jejaring lokal, nasional dan melalui jejaring sosial. Bergabunglah dengan jaringan seperti kamar dagang lokal anda atau grup bisnis lain yang relevan.

7. Jual sesuatu dengan menciptakan nilai.

Meskipun kita membeli produk dan layanan setiap hari, orang tidak ingin menjadi objek penjualan. Fokus untuk melayani orang lain. Semakin banyak orang yang anda layani, semakin banyak uang yang akan anda hasilkan.

Saat mempertimbangkan pelanggan atau klien anda, tanyakan

pada diri sendiri yang akan anda berikan kepada mereka dan upaya anda agar membuat mereka sukses dalam pengejaran mereka sendiri.

Pendekatan ini dapat membantu mengarahkan anda ke cara-cara baru untuk mengasah produk atau layanan anda dan memberikan nilai lebih, yang akan dihargai oleh pelanggan anda.

8. Sebarkan beritanya.

Bersedia untuk mengatakan siapa Anda dan apa yang anda lakukan dengan keyakinan dan tanpa permintaan maaf. Rangkul dan gunakan sarana *online* paling efektif seperti *Twitter*, *Facebook*, *YouTube*, *LinkedIn* yang tersedia untuk menyiarkan berita anda.

Gunakan jaringan sosial sebagai *pointer*, yaitu untuk menunjukkan apa pun yang menurut anda akan menarik bagi penggemar dan pengikut anda.

Jika anda mengambil langkah-langkah ini, anda telah selangkah lebih dekat untuk menjadi bos bagi diri anda sendiri.

Penting untuk diingat bahwa anda tidak sendiri. Jika anda ingin “menjadi bos bagi diri sendiri” tetapi tetap merasa terjebak di jalan buntu, hubungi dan bangun jaringan dengan pengusaha lain dengan berbagai cara. Anda mungkin terkejut dengan kontak tak ternilai yang ada di ujung jari anda. (*)





Viral di Tahun 2020, Ada Peran WIKA Beton di Balik Pembangunan Jembatan PIK

Pada pertengahan tahun 2020, media sosial sempat diramaikan khususnya oleh para pesepeda di Jakarta dengan kehadiran jembatan di kawasan Pantai Indah Kapuk (PIK) 2 Jakarta Utara yang menawarkan udara segar dan pemandangan yang memikat.

Di balik indahnya pemandangan ketika melintasi Jembatan PIK 2, WIKA Beton turut andil dalam pembangunan 3 (tiga) jembatan sekaligus di kawasan PIK 2. WIKA Beton dipercaya oleh PT Agung Sedayu Group selaku pemilik proyek pembangunan kawasan Pantai Indah Kapuk 2 di Jakarta Utara



untuk memenuhi kebutuhan produk beton serta melaksanakan pekerjaan instalasinya untuk pembangunan Jembatan 2, Jembatan 6 dan Jembatan 9 di kawasan PIK 2.

Sejalan dengan visinya untuk bergerak di bidang *Engineering*, *Production* dan *Installation* (EPI) di industri beton, WIKA Beton tidak hanya berkontribusi pada penyediaan produk beton tetapi juga berperan pada instalasi produk beton guna membangun struktur ketiga jembatan tersebut.

Pada Jembatan 2, WIKA Beton melakukan pekerjaan pemancangan PC Spun Pile sebanyak 1.813 batang di 564 titik dengan kedalaman pondasi rata-rata 50 m. Pekerjaan pemancangan Jembatan 2 sendiri telah dimulai sejak Agustus 2019 dan rampung pada Januari 2020 dan dilanjutkan dengan pemasangan Pile Slab dan 6 span PC I Girder.

Sementara itu, pekerjaan pemancangan pondasi Jembatan 6 dan Jembatan 9 juga ditangani oleh WIKA Beton. Pekerjaan pemancangan pada kedua jembatan ini telah dimulai sejak Mei 2019 dan rampung pada Agustus 2019 dan dilakukan dengan metode Bore Pile.

Per Agustus 2020, progres pembangunan kedua jembatan ini sudah mencapai tahap pekerjaan pengaspalan atau sekitar 96,25% dari total target pembangunan jembatan. Pembangunan Jembatan 2, Jembatan 6 dan Jembatan 9 diharapkan mampu menghubungkan area reklamasi yang berada di kawasan PIK 2 dengan cepat dan mudah. **(Wilandari Aldini)**



Transformasi Divisi Operasi

Salah satu kiat agar suatu perusahaan dapat terus bertahan di tengah persaingan yang ketat yakni dengan memiliki kemampuan beradaptasi sesuai kebutuhan pasar. Begitu pula struktur di WIKA Beton yang selalu bergerak mengikuti kebutuhan. Divisi Operasi adalah salah satu contoh unit Perusahaan yang adaptif pada perubahan.

Divisi Operasi merupakan pengembangan unit usaha WIKA Beton yang lahir pada tahun 2015 dengan nama awal Biro Usaha Jasa Penunjang (BUJP). BUJP muncul sebagai upaya ekspansi bisnis WIKA Beton setelah menjadi Perusahaan *go-public* (pasca IPO) dengan tujuan memberikan nilai lebih sebagai proses bisnis yang mencakup *Engineering, Production, Instalation* (EPI) serta memenuhi harapan pelanggan dengan daya saing yang kompetitif. Pada waktu itu BUJP membawahi 2 unit usaha yaitu Unit Pemancangan dan Unit Post-Tension. Dengan adanya unit-unit tersebut membuat WIKA Beton berperan aktif dalam pembangunan proyek-proyek yang tersebar di seluruh Indonesia. BUJP bekerja sama dengan Wilayah Penjualan untuk memperoleh kontrak.

WIKA Beton terus mengembangkan bisnis usahanya dengan menyempurnakan struktur yang terdapat dalam BUJP. Di tahun 2016 BUJP diubah menjadi Biro Jasa Penunjang dengan menambahkan Unit Konstruksi di dalamnya. Kemudian pada tahun 2017, Biro ini diubah nomenklaturnya menjadi Biro Operasi.

Demi menjangkau pasar yang lebih luas, pada tahun 2019 WIKA Beton merombak Biro Operasi menjadi Divisi Operasi. Divisi Operasi memiliki definisi sebagai unit pelaksanaan operasi dan bertindak untuk melaksanakan



Serah terima jabatan Manajer Operasi.

kegiatan pre-marketing, perolehan hasil usaha dan pelayanan pelanggan, pengendalian *cash flow*, piutang, dan

sistem manajemen. Hingga saat ini Divisi Operasi memiliki formasi sebagai berikut:



1. Ekspansi Strategi dilakukan dengan memperluas cakupan proyek yang dapat dikerjakan dan daerah penjualan yang strategis, yang dinilai memiliki potensi dengan resiko yang terkendali, baik di Pulau Jawa maupun di luar Pulau Jawa. Implementasi : Mencari tambahan proyek selain pekerjaan pemancangan dan postension Membentuk tim untuk beberapa wilayah di area Pulau Jawa dan Luar Pulau Jawa Menyusun rencana kegiatan kunjungan rutin ke stakeholders dan pelanggan yang potensial 2. Kesigapan Tanggap terhadap potensi pasar dan permintaan kebutuhan jasa konstruksi dengan memaksimalkan segala potensi terutama teknologi. Implementasi : Membuat <i>monitoring project</i> terhadap seluruh proyek yang sudah di <i>Submit</i> sampai waktu pelaksanaan. Mencari peluang pasar melalui bantuan berbagai media dan relasi (LPSE, rekan kerja, dll) 3. Koordinasi Meningkatkan koordinasi secara penuh dengan Wilayah Penjualan maupun Biro lainnya. Implementasi : Melakukan diskusi secara intensif terkait proyek yang memerlukan bantuan informasi terkait produk maupun hal lainnya. 4. Sinergitas Meningkatkan sinergi dengan instansi lain yang dapat mendukung keberlangsungan proyek yang dituju. Implementasi : Meningkatkan sinergi dengan WIKA Group Sudah melakukan kerjasama dengan rekan kerja pendukung pekerjaan pemancangan dan postension (e.g. : PT. Grant Surya dan PT. Tensindo)	DUKUNGAN DARI BIRO LAIN 1. Wilayah Penjualan Diharapkan dapat memaksimalkan kerjasama dalam mencari proyek baik yang membutuhkan precast maupun jasa instalasi. 2. Biro Teknik Diharapkan dapat memaksimalkan bantuan dalam memberikan saran terkait review proyek yang dibutuhkan.
---	---



Peningkatan/Perubahan Unit Post Tension Menjadi Unit Penunjang Konstruksi

Selain perombakan dari Biro Operasi menjadi Divisi Operasi, Unit Postension (dikenal juga sebagai *WB Postension*) yang berada dibawah Divisi Operasi juga melebarkan sayap menjadi Unit Penunjang Konstruksi. Unit ini memiliki tambahan 2 (dua) *strategic bussines unit* yaitu SBU Instalasi dan SBU SHMS.

SBU Instalasi merupakan pengembangan dari SBU *Postension* karena banyaknya permintaan pelanggan dalam pekerjaan *erection girder* jembatan menjadi satu kesatuan paket pekerjaan dengan SBU *Postension*. Sedangkan SBU SHMS (*Structural Health Monitoring*

System) merupakan sistem *monitoring* kondisi kesehatan struktur beton pada konstruksi yang mampu memberi peringatan dini terhadap kemungkinan bahaya bagi pengguna jalan atau bangunan. Kondisi struktur konstruksi yang sehat tentu dapat menciptakan rasa aman dan memberikan jaminan keselamatan bagi pengguna jalan atau bangunan.

Sebelumnya, WIKA Beton telah mengenalkan SHMS kepada praktisi dan akademisi di bidang konstruksi pada 2017. Diikuti dengan penelitian dan uji coba pada 2018-2019, dan untuk pertama kalinya SHMS diterapkan langsung di lapangan yaitu di Proyek

Jalan Tol Layang A.P. Pettarani Makassar pada Agustus 2020.

Berikutnya, WIKA Beton akan menasar proyek Jembatan Sei Alalak di Banjarmasin, Jalan Layang Kereta Api Kualanamu-Medan hingga Light Rail Transit (LRT) Kelapa Gading-Velodrome Jakarta untuk penerapan SHMS. SHMS sendiri telah terdaftar di Kamar Dagang dan Industri DKI Jakarta sebagai Strategic Business Unit (SBU) WIKA Beton.

Dengan penambahan SBU Instalasi dan SHMS diharapkan dapat menyerap lebih banyak permintaan pasar dan menambah laba untuk WIKA Beton.
(Khoirun Nisa)

WIKA Beton Masuki Bisnis *Structural Health Monitoring System* (WTON SHMS)



● Loading test struktur jembatan Jalan Layang Tol A.P. Pettarani yang terintegrasi dengan WTON SHMS

Jumlah infrastruktur yang ada di Indonesia saat ini semakin meningkat dan mulai merata di berbagai wilayah Indonesia. Struktur seperti jalan dan jembatan, terowongan, bendungan, lintasan kereta api, gedung dan struktur lainnya membutuhkan suatu sistem yang dapat memantau respon struktur terhadap beban yang bekerja pada struktur tersebut. Dengan adanya perkembangan teknologi digital saat ini, monitoring beban dan respon struktur secara *realtime* menjadi lebih mudah. Tak hanya itu, perubahan perilaku struktur yang dapat mengurangi kinerja struktur pun dapat dideteksi secara dini.

Structural Health Monitoring System (SHMS) adalah suatu sistem monitoring

secara periodik dengan sensor sensitif yang datanya terbaca secara *realtime* dan terintegrasi. Tujuannya adalah untuk mempermudah pemeriksaan integritas struktur, durabilitas, dan menyediakan informasi akurat untuk merencanakan perbaikan struktur. Dengan begitu perawatan infrastruktur dapat dilakukan lebih dini untuk mencegah kecelakaan fatal akibat kerusakan struktur utama. Perawatan atau perkuatan infrastruktur yang dilakukan pada saat yang tepat dapat mengembalikan kinerja struktur dan membuat umur layan struktur yang lebih panjang dan mengefisiensi biaya perawatan.

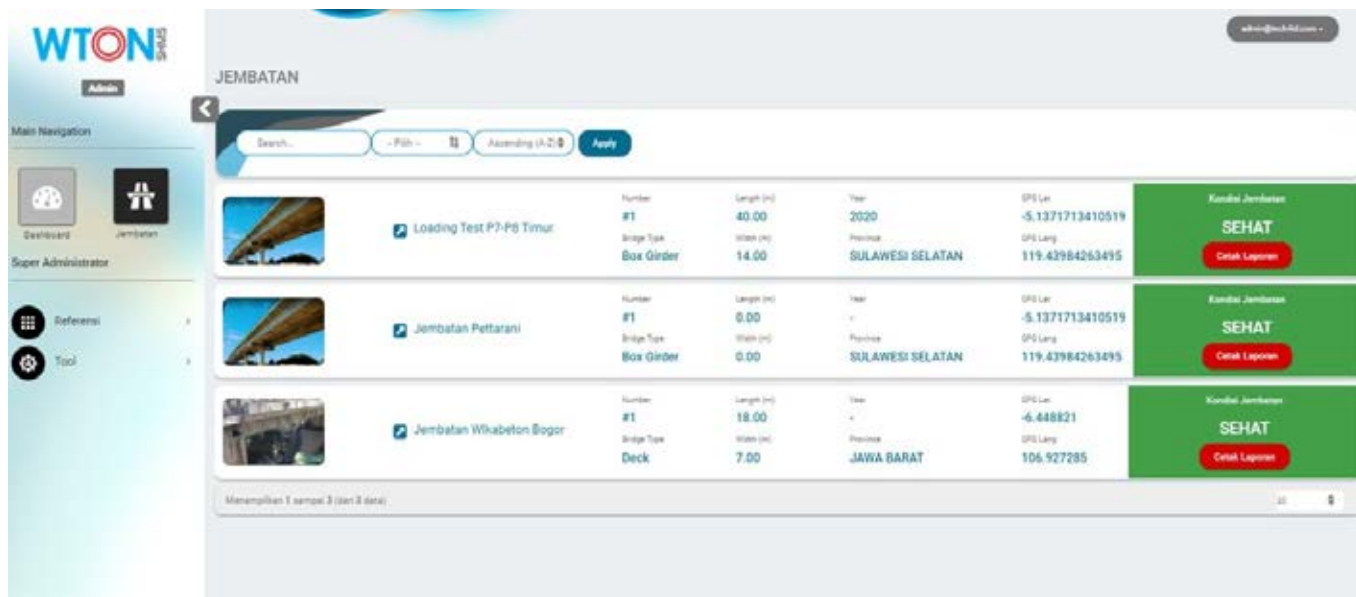
Saat ini WIKA Beton telah memiliki sistem monitoring yang disebut WIKA Beton *Structural Health Monitoring*

System atau disingkat WTON SHMS. WTON SHMS ini terdiri dari sistem sensor, sistem akuisisi dan pengiriman data, sistem pemrosesan data, sistem manajemen data dan sistem evaluasi data. Pengambilan data monitoring dilakukan secara *realtime* dan terintegrasi. Sensor-sensor dipasang pada struktur kemudian data pembacaan sensor tersebut dikirim ke *pre-processing unit* untuk menyimpan data. Rekaman data tersebut kemudian dikirim melalui jaringan internet ke server dan dapat diakses secara online melalui aplikasi WTON SHMS.

Penerapan SHMS di Jalan Layang Tol AP Pettarani

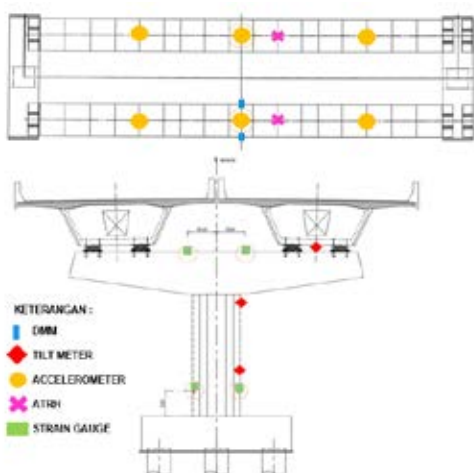
WTON SHMS sudah dipasang di struktur jembatan Jalan Layang Tol A.P. Pettarani, Makassar, Sulawesi Selatan. Sensor SHMS tersebut dipasang pada span jembatan P7 – P8, P8 – P9, dan P11 – P12. Bentang jembatan untuk 1 span adalah sepanjang 50 m dengan struktur atas menggunakan box girder segmental pracetak. Sensor – sensor yang dipasang antara lain sensor *Deflection Multi Meter* (DMM) yang berfungsi untuk mengukur lendutan jembatan, sensor *Accelerometer* yang berfungsi untuk mengukur getaran akibat beban yang melintasi jembatan, sensor *Tiltmeter* yang berfungsi untuk mengukur kemiringan baik pada struktur atas jembatan maupun pilar jembatan, sensor *Strain Gauge* untuk baja yang berfungsi untuk mengukur regangan pada baja tulangan, sensor *Strain Gauge* yang berfungsi untuk mengukur regangan pada beton, dan sensor *Air Temperature and Relative Humidity* (ATRH) yang berfungsi untuk mengukur suhu dan kelembaban lingkungan disekitar jembatan.

Dengan aplikasi WTON SHMS kondisi kesehatan jembatan dapat diketahui. Kondisi kesehatan suatu struktur yang dimonitor diketahui dengan mengecek respon struktur



JEMBATAN		Search...	Filter	Ascending (A-Z)	Apply
	☒ Loading Test P7-P8 Timur Number: #1 Bridge Type: Box Girder	Length (m): 40.00 Width (m): 14.00	Year: 2020 Province: SULAWESI SELATAN	GPS Lat: -5.1371713410519 GPS Long: 119.43984263495	Kondisi Jembatan: SEHAT Cetak Laporan
	☒ Jembatan Pettarani Number: #1 Bridge Type: Box Girder	Length (m): 0.00 Width (m): 0.00	Year: - Province: SULAWESI SELATAN	GPS Lat: -5.1371713410519 GPS Long: 119.43984263495	Kondisi Jembatan: SEHAT Cetak Laporan
	☒ Jembatan Wikabeton Bogor Number: #1 Bridge Type: Deck	Length (m): 18.00 Width (m): 7.00	Year: - Province: JAWA BARAT	GPS Lat: -6.448821 GPS Long: 106.927285	Kondisi Jembatan: SEHAT Cetak Laporan

Menampilkan 1 sampai 3 (dari 3 data)



terhadap batasan yang ditentukan. Selain itu data hasil monitoring dapat digunakan untuk mengidentifikasi apakah terjadi perubahan pada beban atau pada struktur yang dapat menyebabkan kerusakan pada struktur jembatan.

Peluang WIKABETON

Menurut Direktur Teknik dan Produksi, Bapak Sidiq Purnomo, Kementerian PUPR Indonesia sudah mensyaratkan pemasangan SHMS kepada Badan Pengatur Jalan Tol

(BPJT) untuk memasang SHMS pada konstruksi yang dibangun. Hal ini menjadi peluang bagi WIKABETON untuk memasuki bisnis SHMS. "Untuk ke sana kita perlu mendedikasi diri kita sendiri dan para pemangku kebijakan tentang betapa pentingnya SHMS ini," sebut Sidiq.

"SHMS merupakan produk berbasis teknologi. Dengan penguasaan teknologi ini, kita dapat menciptakan nilai tambah yang lebih dibanding dengan produk dan jasa. Margin yang dihasilkan juga lebih baik. Kita harus terus memperkuat SDM untuk mempercepat kesiapan kita untuk menyongsong pasar yang lebih luas," jelas Sidiq.

Sebagai salah satu bentuk keseriusan perusahaan akan peluang bisnis ini, SHMS yang semula dicetuskan dan dimatangkan di Biro Research & Development, saat ini telah menjadi subunit tersendiri di bawah Divisi Operasi. Melihat prospek ke depannya, diharapkan WTON SHMS dapat menjadi suatu unit yang berdiri mandiri dan lebih berkembang menjangkau pasar.

Bravo WIKABETON!
(Guntara, Winda Agustini)



Span jembatan P7-P8 Jalan Tol, tempat pemasangan sensor-sensor WTON SHMS

New Core Values “AKHLAK”

Sumber daya manusia merupakan salah satu elemen penting agar sebuah perusahaan dapat berjalan dengan baik. Sebagai salah satu bentuk adaptasi perusahaan terhadap persaingan global, transformasi budaya menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Melalui Surat Edaran nomor: SE-7 / MBU/ 07/2020 Kementerian

BUMN telah menetapkan *core values* bernama ‘AKHLAK’ untuk diterapkan pada seluruh sumber daya manusia di lingkup Badan Usaha Milik Negara, Anak Perusahaan, serta perusahaan afiliasi terkonsolidasi. Sebagai Anak Perusahaan dari PT Wijaya Karya (Persero) Tbk, WIKA Beton juga berkewajiban menerapkan AKHLAK sebagai nilai inti perusahaan. Kesungguhan dalam menerapkan

AKHLAK sebagai nilai inti perusahaan telah dituangkan dalam SK Budaya Perusahaan nomor SK.01.01/WB -0A.004/2020.

AKHLAK ini merupakan singkatan dari 6 kata kunci besar yakni: Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif. Penjelasan dari masing-masing kata dapat disimak pada gambar berikut:



Lalu, Apa Kabar ACE?
Tentu Insan WIKA Beton tak asing dengan kata ACE; *Agility, Caring, Excellence*. Sudah selama 2 (dua) tahun terakhir ini WIKA Group memiliki ACE sebagai *core values* Perusahaan, Namun, sesuai dengan isi dalam surat edaran tersebut, nilai AKHLAK ini harus diimplementasikan secara utuh, tanpa pengurangan atau penambahan nilai. Artinya, nilai ACE saat ini sudah tidak digunakan lagi sebagai nilai perusahaan di WIKA beton dan WIKA Group. Namun, kunci perilaku diantara AKHLAK dan ACE ternyata juga memiliki keterkaitan lho.

Bagaimana keterkaitan antara AKHLAK dengan ACE?

Yuk simak gambar di bawah ini.
Ternyata tidak berbeda jauh ya.
Jadi Insan WIKA Beton hanya perlu

melanjutkan dan mendalami nilai-nilai yang selama ini sudah ditanamkan ya. Salam! (Vania Setiari)



WIK A Group's Employee Value Proposition :

Grow Together for Better Quality of Life

Employee Value Proposition atau biasa disingkat EVP, dapat diartikan sebagai suatu strategi yang dibangun berdasarkan nilai-nilai tertentu yang diwujudkan dalam berbagai cara yang dilakukan oleh Perusahaan bagi setiap pegawainya. Singkatnya, EVP merupakan keunggulan perusahaan yang ditawarkan dan pada akhirnya akan dirasakan oleh para pegawai.

Tujuan dari EVP sendiri dapat dibagi menjadi tiga :

1. Bagi Calon Pegawai, tujuannya untuk "Membangun, meningkatkan dan menjaga citra dan persepsi positif perusahaan kepada pencari kerja."
2. Bagi Pegawai, tujuannya untuk "Meningkatkan kebanggaan, keterikatan dan kebersamaan dari pegawai dalam mencapai tujuan bersama."
3. Bagi Perusahaan, tujuannya untuk "Memfasilitasi kemampuan perusahaan dalam menarik, merekrut dan mempertahankan karyawan yang ideal"

Di Perusahaan-perusahaan besar, EVP menjadi salah satu *branding* penting untuk menarik calon pegawai dan mempertahankan pegawainya.

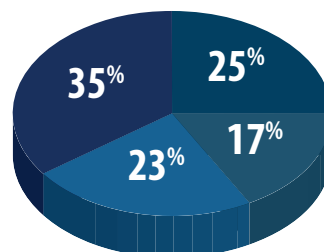
Dengan semakin besarnya nama WIK A Group, juga semakin tingginya "talent war" baik di bisnis yang serupa maupun industri lainnya, maka WIK A Group pun memutuskan untuk menyusun sebuah EVP.

EVP ini terbentuk dari hasil survei dan FGD pegawai beberapa waktu lalu. Berikut adalah hasil survei yang didapat:

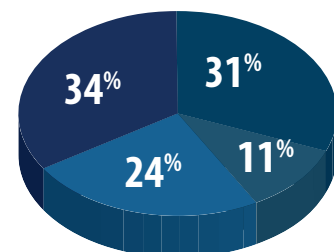
Setelah mendapatkan hasil survey tersebut, tim penyusun EVP kemudian mengundang sejumlah pegawai untuk mengikuti *Focus Group Discussion* (FGD) untuk semakin mengerucutkan hasil EVP. FGD ini dihadiri oleh sejumlah



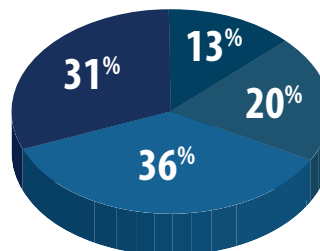
1. FAKTOR YANG MENJADI PERTIMBANGAN UNTUK BERGABUNG KE DALAM SUATU PERUSAHAAN



2. FAKTOR YANG SUDAH DISAPATKAN DI WIK A SAMPAI DENGAN SAAT INI



3. FAKTOR YANG MEMBUAT KELUAR DARI WIK A



- Kesempatan Belajar dan Berkembang
- Work Life Balance
- Pendapatan
- Lainnya

pegawai yang dipilih berdasarkan kelompok usia generasi X & Y, serta dari jabatan manajerial maupun non-manajerial. Dari sinilah kemudian diputuskan bahwa "Grow Together for Better Quality of Life" sebagai *tagline* EVP WIK A Group.

Tagline "Grow Together for Better Quality of Life" ini memiliki 3 (tiga)

komponen utama yakni kesempatan belajar dan berkembang, lingkungan kerja yang nyaman, serta keseimbangan kehidupan (*worklife balance*).

Diharapkan dengan adanya EVP baru ini, pegawai WIK A Group dapat merasa lebih bangga dan terus berusaha memberikan usaha terbaik bagi Perusahaan. Salam Jaya! (Vania Setiari)



KONRO

**Santapan Daging Iga Khas
Makassar yang Nikmat**

Makassar merupakan salah satu kota yang menjadi gerbang untuk menuju Indonesia timur. Terletak di Pulau Sulawesi, tepatnya di provinsi Sulawesi Selatan, kota ini menjadi salah satu basis unit kerja WIKA Beton. Lengkap, di sini terdapat Pabrik Produk Beton (PPB) Sulawesi Selatan dan Wilayah Penjualan VI. Di kota ini pula terdapat Jalan Tol Layang AP Pettarani, proyek pertama WIKA Beton dengan peran sebagai kontraktor utama. Karenanya, Makassar menjadi salah satu kota tujuan yang mungkin sering dikunjungi Sobat WTON.





Selain terkenal dengan alamnya yang cantik dan budayanya yang menawan, kota Makassar yang dulunya bernama Ujung Pandang ini juga terkenal dengan wisata kulinernya yang lezat. Mulai dari Coto Makassar, Konro, Es Palu Butung, Pisang Epe, Pallubasa, Jalangkote dan masih banyak lainnya. Pasti nama-nama makanan ini tidak lagi asing di telinga Sobat WTON semua.

Khusus edisi ini WTONMagz ingin membahas salah satu sajian favorit yang wajib dicoba ketika berkunjung ke Makassar, yaitu Konro. Kata konro artinya tulang. Karenanya hidangan konro ini bahan utamanya adalah tulang iga sapi yang direbus dengan bumbu dan rempah. Bumbu dan rempahnya lengkap mulai dari kayu manis, air asam, merica, pala, kacang merah, hingga kluwek yang memberikan warna gelap pada kuahnya. Olahan Konro ini bisa

disajikan dengan kuah sop atau dibakar dan paling cocok dimakan dengan ketupat.

Sebenarnya konro merupakan hidangan wajib warga saat ada hajatan, baik itu pernikahan, khitanan, atau pesta adat. Ketika ada ritual, warga akan memotong kerbau yang kemudian diambil bagian tulangnya lalu dimasak dengan bumbu yang sederhana atau biasa disebut dengan pallu konro. Namun karena populasi kerbau semakin sedikit, dan di sisi lain semakin mudah mendapatkan daging sapi, maka mulailah transisi konro menggunakan daging sapi di awal era 90-an.

Saking terkenalnya makanan ini, sekarang sudah banyak orang di luar Makassar yang menjual menu ini. Di Jakarta pun sudah banyak restoran khas Sulawesi Selatan yang patut diacungi jempol rasanya. Berikut

beberapa tempat makan yang bisa kami rekomendasikan bila Sobat WTON rindu akan rasa lezat Konro:

1. Rumah Makan Marannu di Kelapa Gading
2. Raja Konro Daeng Naba di Cilandak
3. Sop Konro Karebosi di Kelapa Gading

Namun ingat ya Sobat WTON, jika ingin makan di tempat-tempat tersebut Sobat WTON harus berhati-hati karena musim pandemi COVID-19 saat ini belum berakhir! Tetap ingat dengan prinsip 3M yakni memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak.

Tetap semangat! Salam sehat semua! **(M Dani Sinaga)**

Cara Mendorong Munculnya Ide Kreatif di Tempat Kerja

Apakah Anda seorang manajer di perusahaan atau pemimpin di bisnis Anda sendiri, sikap terbuka terhadap inovasi sangat diperlukan. Berikut ini adalah beberapa hal yang bisa mendorong ide-ide kreatif untuk muncul.

2. Kembangkan ide, jangan mengkritik

Kritik di awal hanya membuat orang menjadi ragu untuk memberikan pendapat. Selain itu, kritik juga bisa berarti Anda sebagai pemimpin tidak memiliki keinginan untuk berinovasi dan hanya mau melakukan cara kerja yang sudah kuno.

1. Terima semua ide

Dalam setiap proses kreatif, Anda harus bisa menerima semua ide dan pendapat yang masuk, tanpa berkesan meremehkan. Asumsikan semua ide berpotensi menjadi ide yang hebat. Bahkan, ide yang dianggap buruk di awal bisa menjadi inspirasi dan justru mendorong pekerja mengambil risiko demi kesuksesan.

3. Buat perencanaan

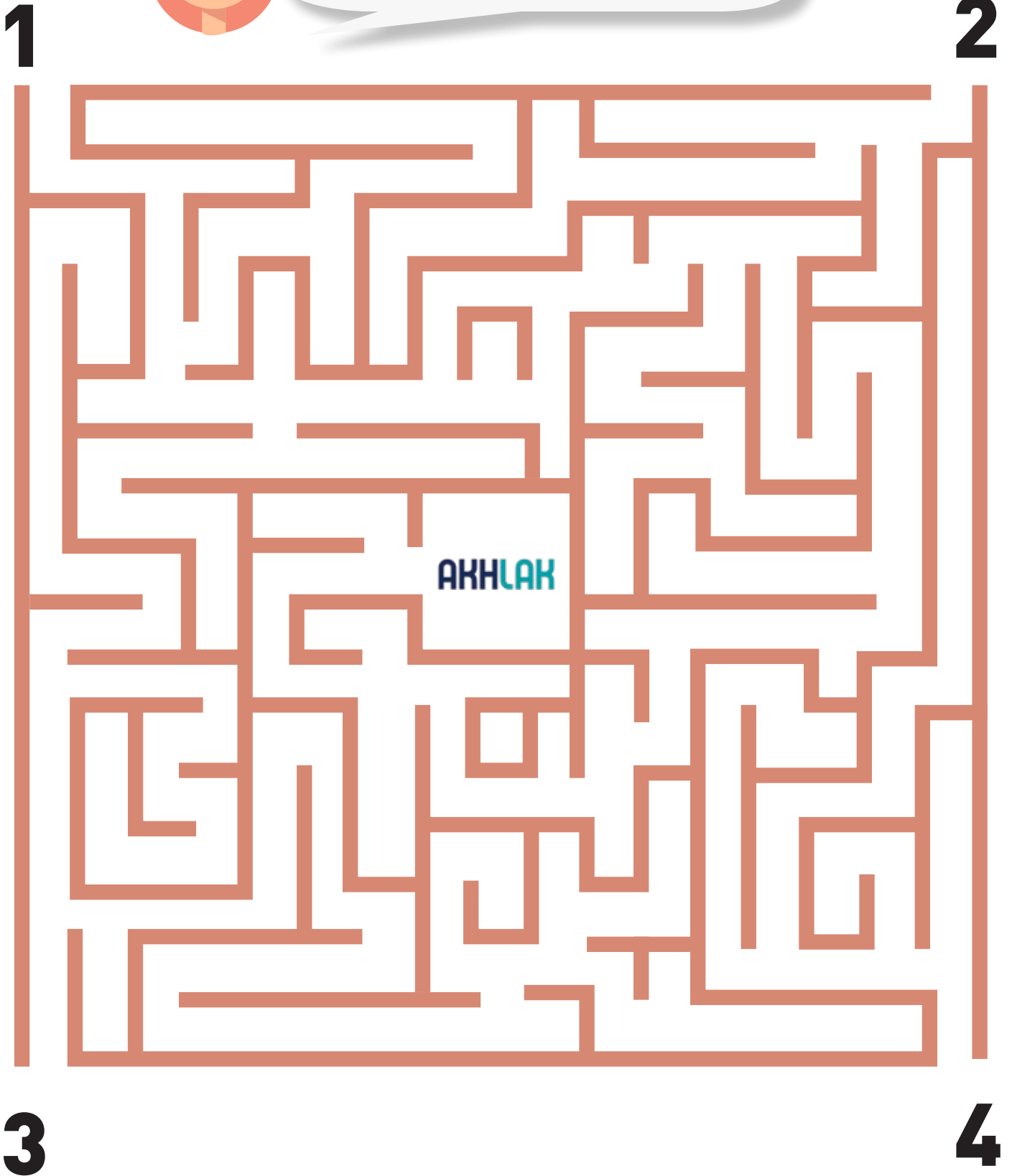
Setelah mengumpulkan sejumlah ide, Anda sebagai pemimpin harus bisa membuat perencanaan yang sesuai. Buat daftar mengenai ide itu mudah atau sulit untuk diwujudkan, berapa budget yang dibutuhkan, dan sebagainya. Bicarakan pada tim Anda dan tentukan ide yang dianggap paling efektif, serta efisien.

(sumber: bisnis.com)





Jalan nomor berapa yang bisa membawaku ke AKHLAK?



GOOD CORPORATE GOVERNANCE

“Investor memberikan nilai lebih bagi perusahaan yang memiliki tata kelola perusahaan yang baik. Bahkan menurut survei yang dilakukan McKensey & Co. terdapat indikasi bahwa investor rela membayar 20% lebih tinggi bagi perusahaan yang memiliki tata Kelola perusahaan yang baik (Nowland, 2007).”

PEDOMAN PERUSAHAAN



Board Manual

Pedoman tata laksana kerja bagi Dewan Komisaris dan Direksi yang berisikan aktivitas secara terstruktur, sistematis, dan mudah dipahami tentang bagaimana Dewan Komisaris dan Direksi mengelola suatu perusahaan.



Code of Corporate Governance

Pedoman bagi organ utama perusahaan (Pemegang Saham /RUPS, Dewan Komisaris, dan Direksi) dan organ pendukung perusahaan dalam menerapkan praktik-praktik GCG di lingkungan perusahaan.



Code of Conduct

Pedoman etika dalam menjalankan bisnis Perusahaan dan etika yang mengatur perilaku Insan Wika Beton, dan memahami bahwa segala aktivitas Perusahaan berlandaskan pada prinsip-prinsip tata kelola Perusahaan yang baik.

KEBIJAKAN-KEBIJAKAN PERUSAHAAN



Kebijakan pengelolaan risiko dan struktur pengendalian internal yang terpadu dan komprehensif sehingga dapat memberikan informasi dini tentang adanya potensi risiko yang berpengaruh pada hasil perusahaan, dan untuk selanjutnya mengambil langkah - langkah yang memadai untuk meminimalkan risiko.



Kebijakan pelaporan terkait penyampaian peristiwa yang menyimpang di unit-unit kerja dan ini berlaku untuk seluruh Insan Wika Beton.



Kebijakan yang mengatur pola hubungan yang sehat dan beretika diantara seluruh jajaran Perusahaan dan dengan Pemangku Kepentingan Perusahaan, untuk mendukung Penerapan Good Corporate Governance/ GCG.



Kebijakan terkait pemenuhan hak-hak kreditor yang bertujuan untuk menjaga terpenuhinya hak-hak Kreditor dan menjaga kepercayaan yang diberikan Kreditor terhadap Perseroan.



Kebijakan seleksi peningkatan kemampuan pemasok/ vendor untuk memastikan bahwa rantai pasokan (supply chain) berjalan dengan efisien dan efektif.



Kebijakan yang mengatur Insan Perseroan mempertahankan kerahasiaan kepemilikan informasi ataupun Informasi Rahasia yang dipelajari dan disampaikan selama masa kerjanya.



Kebijakan ini dibuat untuk menjawab dan menghadapi tantangan perubahan zaman dan perkembangan teknologi saat ini, demi menjaga eksistensi serta memenangkan persaingan



Kebijakan yang mengatur kepemilikan dan kerahasiaan informasi yang di miliki oleh Perseroan.

“AYO! Jadikan GCG sebagai Budaya seluruh Insan WIKA Beton”
Baca selengkapnya di www.wika-beton.co.id



Optimis Sambut 2021

SELAMAT TAHUN BARU

