

PERKUAT ASPEK PEMASARAN, PETROKIMIA GRESIK RAIH 4 PENGHARGAAN

Acara : BUMN Marketeers Award 2019
Tempat : Gresik
Hari/ Tanggal : Rabu, 24 April 2019

PT Petrokimia Gresik (PG), anak usaha PT Pupuk Indonesia (Persero), berhasil meraih empat penghargaan sekaligus dalam ajang BUMN Marketeers Award 2019 kategori Anak Perusahaan BUMN di Jakarta, Rabu (24/4). Penghargaan bergengsi di bidang pemasaran atau *marketing* ini diselenggarakan oleh Forum Humas BUMN (FH BUMN) bekerjasama dengan MarkPlus, Inc.

Penghargaan diserahkan oleh Asmawi Syam, Staf Khusus Kementerian BUMN, dan diterima oleh Direktur Pemasaran PG Meinu Sadariyo. Kegiatan ini menjadi salah satu rangkaian acara Jakarta Marketing Week (JMW) 2019.

Adapun keempat penghargaan tersebut adalah *The Most Promosing Company In Marketing 3.0*, *The Most Promosing Company In Entrepreneurial SOEs*, *The Most Promosing Company In Tactical Marketing* dan *Then Most Promosing Company In Strategic Marketing*.

“Penghargaan ini adalah bentuk apresiasi dari pihak-pihak yang memerhatikan kerja keras Petrokimia Gresik, khususnya di bidang pemasaran. Kami merumuskan strategi dan program-program yang bertujuan untuk dapat memenangkan pasar ditengah persaingan industri pertanian yang semakin ketat,” ujar Meinu.

Lebih lanjut Meinu merinci bahwa strategi yang dilakukan di bidang pemasaan adalah menjaga dan meningkatkan loyalitas pasar serta melakukan ekspansi masif, baik di pasar domestik maupun internasional, mulai dari produk pupuk hingga non pupuk. Sasarannya adalah menjadi pemain utama atau *dominant player* di sektor pertanian dan mampu menjadi solusi bagi sektor agroindustri.

Sedangkan program untuk mencapai sasaran tersebut diantaranya adalah merevitalisasi tenaga pemasar, penguatan *marketing intelligence*, revitalisasi distributor dan kios, perbaikan sistem distribusi dan logistik, penguatan *brand image*, diversifikasi produk, optimalisasi kapasitas produksi, dan sebagainya.

Program tersebut didukung sejumlah tak-tik seperti uji coba produk melalui *demonstration plot* (demplot), sosialisasi atau sarasehan petani, pembinaan petani muda, menggencarkan *marketing campaign* secara daring (*online*) dan luring (*offline*), menciptakan aplikasi digital untuk mempermudah konsumen dan pendistribusian produk, penetrasi pasar domestik (terutama perkebunan dan retail) hingga ekspor produk ke mancanegara (pupuk maupun non-pupuk).

“Seluruh strategi, program, serta tak-tik yang kami lakukan merupakan upaya transformasi bisnis yang saat ini sedang digencarkan oleh perusahaan. Program transformasi ini merupakan bentuk penyesuaian diri perusahaan terhadap berbagai perubahan model bisnis yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir,” tambah Meinu.

Upaya tersebut, lanjut Meinu, dilakukan mengingat semakin kompetitifnya industri pertanian di Indonesia, terutama masuknya berbagai produk asing dengan harga cukup kompetitif. Sehingga berbagai program yang dilakukan oleh Direktorat Pemasaran PG adalah untuk memenuhi dan

memahami kebutuhan konsumen secara cepat dan tepat. Karena perusahaan saat ini merupakan produsen pupuk terlengkap di Indonesia, mulai dari pupuk tunggal hingga majemuk seperti NPK dengan puluhan formulasi untuk berbagai komoditas pertanian dan perkebunan.

“Selain itu, industri yang semakin kompetitif menuntut kami tidak sekedar menjual produk, tetapi kami harus bisa menawarkan solusi kepada konsumen melalui serangkaian produk yang kami miliki. Dimana saat ini kami tidak hanya fokus pada pupuk saja, melainkan memiliki pengawalan lengkap mulai dari benih unggul, pembenah tanah, dekomposer, probiotik, hingga pengendalian hama,” tutup Meinu.

PT Petrokimia Gresik

Yusuf Wibisono
Sekretaris Perusahaan

Untuk keterangan lebih lanjut hubungi :

Sekretaris Perusahaan : Yusuf Wibisono

Kantor : (031) 3981811

Ext. 2218

Handphone : 0811 378 571

Email : wibisono@petrokimia-gresik.com
yusufwibie@gmail.com