

BUMN UNTUK
INDONESIA

injourney

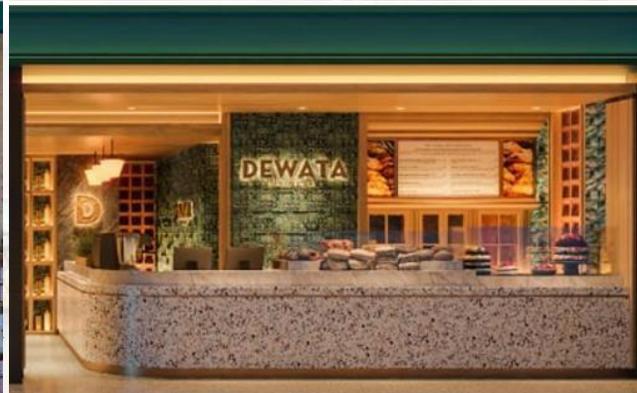
Sarinah

KIPRAH RITEL BUMN

Sarinah



TBC



Sarinah sebagai Panggung Karya Indonesia memiliki visi untuk **“Menumbuhkembangkan Keunggulan UMKM Nasional”**

Sarinah adalah department store pertama di Indonesia. Sarinah resmi didirikan pada tanggal 17 Agustus 1962. Sarinah memosisikan diri untuk menjadi ritel *iconic* dan bersejarah di Indonesia dan merebut kembali *leadership* pada *lifestyle* orang Indonesia dan unggul.

Visi

**Menumbuh-
kembangkan
Keunggulan
UMKM
Nasional**



Misi

1. Meningkatkan kesejahteraan UMKM di Indonesia melalui peningkatan kewirausahaan dan pemberdayaan perempuan
2. Memusatkan seluruh sumber daya perusahaan kepada insan Sarinah, mitra usaha yang berkelanjutan
3. Mengembangkan usaha yang berkelanjutan
4. Menuju kesadaran lingkungan pada seluruh rantai nilai usaha
5. Mengangkat dan menyediakan panggung bagi karya unggulan UMKM di pasar global untuk meningkatkan kebanggaan bangsa Indonesia

Brand / Siapa / Esensi

**Menumbuhkembangkan
Keunggulan Indonesia**

Bisnis / Apa

**Ekosistem 100%
bisnis + brand
UMKM Nusantara**

Kurasi + Perdagangan + Ritel + Properti

Nilai

AKHLAK

TUJUAN TRANSFORMASI

Menjadikan Sarinah sebagai kereta yang membawa gerbong seperti UKM dan produk/brand lokal

Menjadi **alat pemersatu** brand lokal Indonesia. **Memadukan kekuatan** Sarinah di **dalam negeri dan luar negeri**

Meng-**optimalkan brand Sarinah** sebagai merek legendaris yang sudah kuat *brand awareness*

Transformasi Sarinah untuk mengikuti perubahan *trend* saat ini

Mendukung **program Pemerintah** untuk mempromosikan *brand* Indonesia

Menjadi **jalur distribusi untuk brand lokal** ke luar negeri dan sebaliknya

Pemugaran gedung Sarinah Thamrin dengan tetap memperhatikan *heritage* yang dibalut dengan modernitas



TRANSFORMASI KONSEP BISNIS / PORTFOLIO

Sarinah Menjadi Ekosistem Bisnis Unggulan Untuk Industri Kreatif Indonesia dan Merek Lokal Baik Secara Lokal Maupun Global



- *Specialty Store*
- *Food & Beverage*



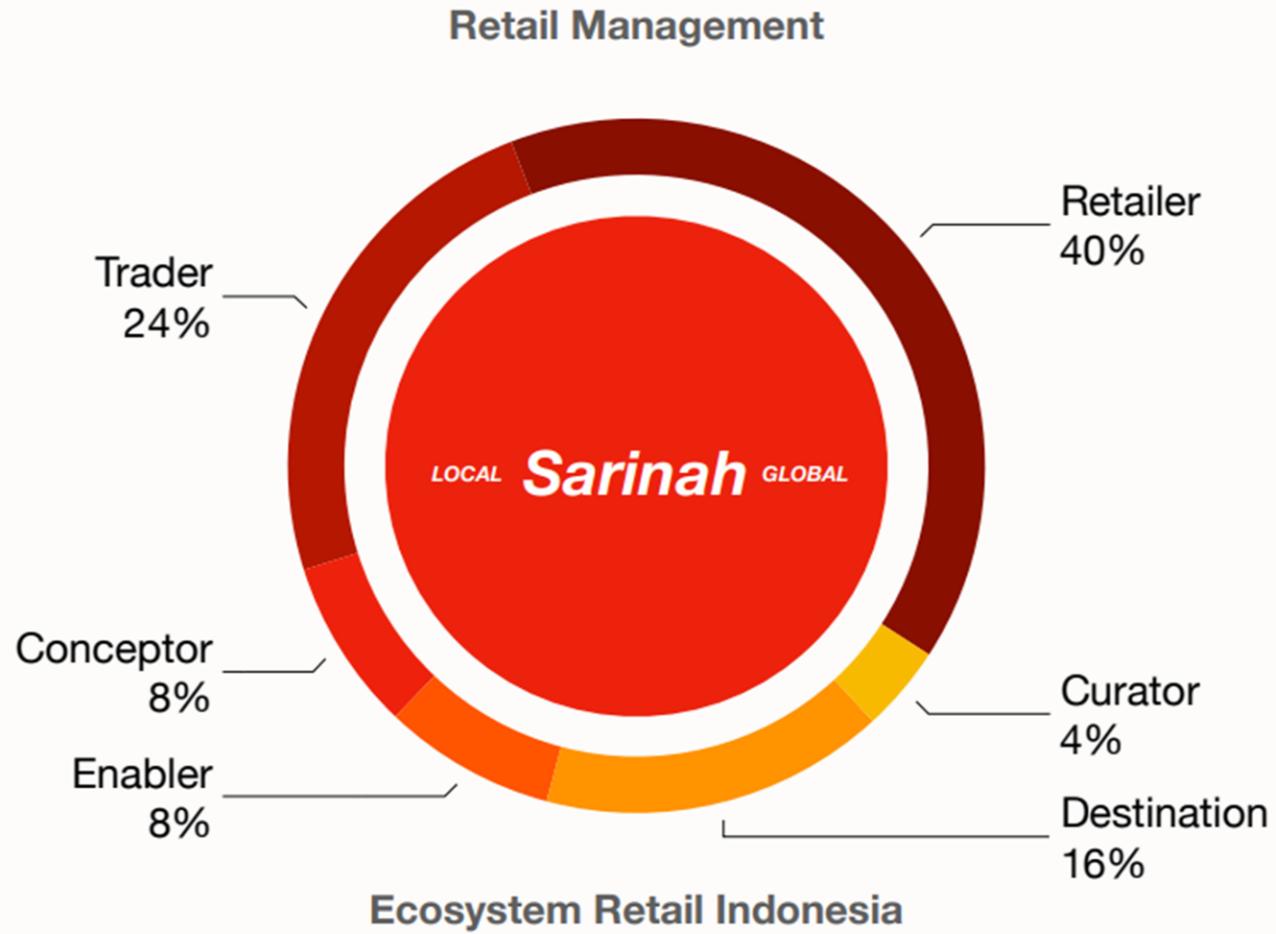
- Ekspor
- Impor
- *Duty Free Shop*



- *e-Commerce/ Omni channel*
- *Customer Loyalty*
- *Gift Voucher*
- *Digital Payment*



- *Pengelolaan Gedung*
- *Pengelolaan Creative Space*



Retailer



Sarinah Thamrin, Jakarta



Sarinah Braga, Bandung



Sarinah Basuki Rahmat, Malang



Sarinah Banyumanik, Semarang



Sarinah Overseas, Australia

Trader



Destination

Sarinah berkolaborasi dengan komunitas yang memiliki ketertarikan yang berbeda-beda untuk memanfaatkan ruang dan fasilitas yang dimiliki oleh Sarinah. Sarinah membagi fungsi ruang yang dimiliki menjadi 5 (lima) fungsi: **Ruang Belanja, Ruang Sosial, Ruang Budaya, Ruang Maya, dan Ruang Gaya.**

Ruang Belanja

Menjajakan produk UMKM unggulan Indonesia

Ruang Sosial

Sarinah menjadi tempat berkumpul antar komunitas

Ruang Budaya

Sebagai cagar budaya, Sarinah menjadi tempat Pengenalan budaya

Ruang Maya

Digitalisasi untuk meningkatkan efektivitas pengembangan UMKM

Ruang Gaya

Menjadi tempat *hits* dengan area hijau dan konsep ruang yang inklusif



Conceptor



Concept & Tenant Mix



Retail Operator



Tenant Acquisition



Activation

Enabler



Sarinah Pandu



Curation



Sarinah sebagai pengelola *retail space* di seluruh lokasi milik anggota *holding* BUMN Aviasi & Pariwisata

Sarinah mendapat mandat untuk **membangun ekosistem ritel Indonesia** di destinasi wisata, *heritage*, dan *transit-oriented development (TOD)* dengan mengutamakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan

Sarinah's store location (2022) & 9 priority destinations



inJourney
Sarinah

ANGKASA PURA II
INDONESIA'S AIRPORT COMPANY

Angkasa Pura | AIRPORTS

TWGC
INDONESIA HERITAGE MANAGEMENT

itdc

HIN

Sebagai Bagian dari Transformasi BUMN Retail: Kiprah **Sarinah** Sejak 2022



Sarinah, yang telah lama menjadi ikon dalam industri ritel di Indonesia, memasuki era baru yang penuh tantangan dan peluang sejak dimulainya transformasi pada tahun 2022.

Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berfokus pada sektor ritel, Sarinah mengambil langkah ambisius untuk mengikuti perkembangan tren global dan memperkuat posisinya dalam kompetisi yang semakin sengit.



Dengan mengadaptasi strategi yang inovatif dan memanfaatkan teknologi terbaru, **Sarinah** telah berhasil memperbaiki citra dan mengembangkan bisnisnya, sekaligus menjadikan pelayanan kepada pelanggan sebagai inti dari setiap langkahnya.



Transformasi ini memungkinkan Sarinah untuk memainkan peran yang lebih proaktif dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen modern.



Dalam langkah-langkah transformatif ini, **Sarinah** telah menghadirkan pengalaman berbelanja yang lebih dinamis dan menggairahkan, dengan menghadirkan produk-produk unggulan yang menggabungkan nilai tradisional dan sentuhan kontemporer. Langkah ini tidak hanya memperkaya ragam produk, tetapi juga memberikan ruang bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk tumbuh bersama.





Sarinah sebagai BUMN Retail mengedepankan kontribusi sosial dan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.



Melalui kerja sama dengan pelaku UMKM lokal, Sarinah mampu memberikan platform bagi produk-produk lokal berkualitas, serta mendukung perkembangan ekonomi lokal.





Selaras dengan visi pemerintah dalam menggalakkan pemberdayaan UMKM dan ekonomi digital, **Sarinah** turut merangkul **tren digitalisasi** dengan meningkatkan kehadiran di platform e-commerce, sehingga mampu mencapai lebih banyak konsumen di seluruh Indonesia dan di luar batas-batas geografis.



Sarinah: Simbol dan *Landmark* dari *Nation Brand*

Terima kasih