



International  
Labour  
Organization



UNITED NATIONS  
INDONESIA



# Supporting Skills and Career Development of Under-represented Groups

Equal Access to Training and  
Career Development Opportunities



**Speaker**

**A Miftahuddin  
Amin**

EVP & Chief Administration Officer  
PT Paragon Technology and  
Innovation  
Steering Committee GNIK



**Speaker**

**Dedie Renaldi  
Manahera**

Praktisi HR



**Moderator**

**Titi Agustina**

Area Direktur GNIK Jateng  
Ketua DPD PMSM Jateng



**Sabtu, 09 Oktober**  
13.00 - 15.00 WIB

**Link Pendaftaran:**

<https://gnik.org/events>

More Info: Rini +62 813 1601 7644

**GRATIS!**

Ikuti Kami di:



@IndonesiaILO



infoilo | ilo.org/jakarta



GNIK Program | gnik.org



@gnik\_program

## SUPPORTING SKILLS AND CAREER DEVELOPMENT OF UNDER-REPRESENTED GROUP

*Equal Access to Training and Career Development*

A. Miftahuddin Amin

EVP and Chief Administration Officer  
PT Paragon Technology and Innovation

Instagram: @Paragon.id | @GrowatParagon | @aminmiftahuddin



# A. MIFTAHUDDIN AMIN

## Professional History

2019

Executive Vice President &  
Chief Human Resources  
Officer  
**PT Paragon Technology &  
Innovation**

2018

Vice President of Human  
Resources  
**PT J&P Indonesia**

2015

Director of HR & Corporate  
Affairs  
**PT Tanjungenim Lestart  
Pulp & Paper**

1994

Management Trainee in  
HR Management  
**PT Astra International**

1998

Various positions within HR  
with the last position of Vice  
President,  
HR Management  
**PT Freeport Indonesia**

## PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION



**Lahir pada 1985** sebagai sebuah *home industry*. Dengan tujuan dan nilai-nilai yang dipegang, Paragon kini menjadi perusahaan kosmetik terbesar dan menjadi market leader kosmetik di Indonesia

**5**  
STRONG  
BRANDS

**> 10.000**  
PARAGONIAN  
DI SELURUH  
INDONESIA

**> 1.600**  
SKU  
PRODUCTS

**20Ha**  
AREA PABRIK

**41**  
DISTRIBUTION  
CENTER

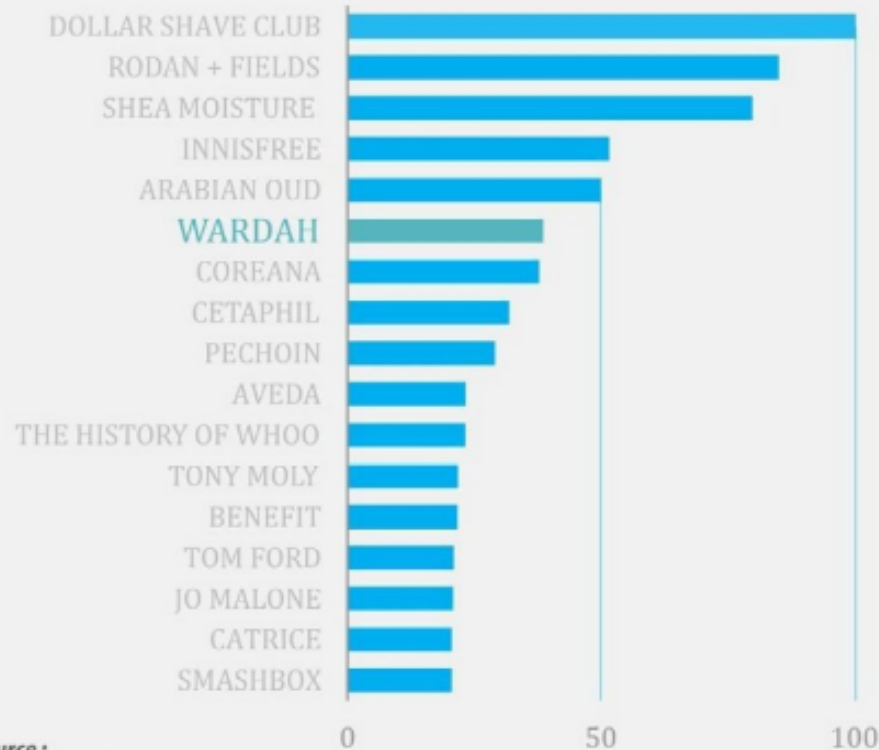
**LARGEST**  
R&D CENTER  
KOSMETIK DI  
INDONESIA

Wardāh MAKE OVER emina BORN TO BE LOVED Kahf putri

Brand-brand karya inovasi & kolaborasi  
**anak-anak muda** dengan **experience hire**  
di Paragon



## GLOBAL FASTEST GROWING BRAND 2014-2015 (20%-100% GROWTH)



Source:  
Euromonitor International  
InCosmetics Paris 2016

6th **Global fastest growing brand**

**Bersama Paragonian,**  
Paragon terus berkembang



1<sup>ST</sup> MAKE UP



1<sup>ST</sup> MOISTURIZER



3<sup>RD</sup> CLEANSER

**Market  
leader  
kosmetik di  
Indonesia**

Bahan  
**Studi Kasus**  
dalam

**Harvard  
Business  
Review**

# CORPORATE PURPOSE: KEBERMAKNAAN

“Perusahaan ini didirikan untuk memberikan manfaat bagi orang banyak”

Dr. (HC) Nurhayati Subakat, Founder

“Sebuah Perusahaan Hanya Akan Sebesar Orang-orang di Dalamnya”

Subakat Hadi, Komisaris





## VISI

Menjadi perusahaan yang berkomitmen untuk memiliki pengelolaan terbaik dan berkembang terus menerus dengan bersama-sama menjadikan hari ini lebih baik dari hari kemarin melalui produk berkualitas yang memberikan manfaat bagi Paragonian, mitra, masyarakat, dan lingkungan.

## MISI

- Mengembangkan Paragonian
- Menciptakan kebaikan untuk pelanggan
- Perbaikan berkesinambungan
- Tumbuh bersama-sama
- Memelihara bumi
- Mendukung pendidikan dan kesehatan bangsa
- Mengembangkan bisnis

## 5 CORE VALUES PARAGON

Lima nilai inti ini membantu Paragon menjadi perusahaan yang bermanfaat, bertumbuh, dan berkelanjutan dengan kebermaknaan dalam setiap prosesnya

### 1. Ketuhanan

Meyakini keberadaan dan kekuasaan Tuhan YME

### 2. Kepedulian

Menjunjung tinggi nilai kebersamaan dan kasih sayang

### 3. Kerendahan Hati

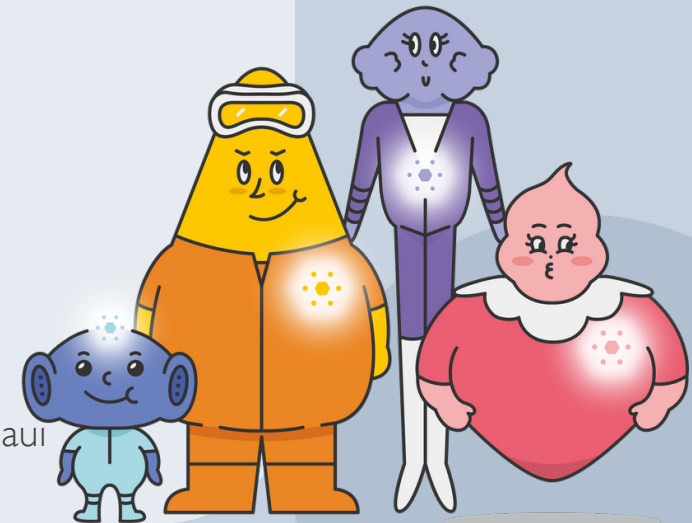
Menyadari bahwa setiap orang memiliki kelebihan dan kekurangan

### 4. Ketangguhan

Menjalani hidup dengan penuh suka cita dan daya juang tinggi

### 5. Inovasi

Selalu mengembangkan hal baru yang lebih baik untuk memenuhi dan melampaui harapan pelanggan





## DIVERSITY & INCLUSION

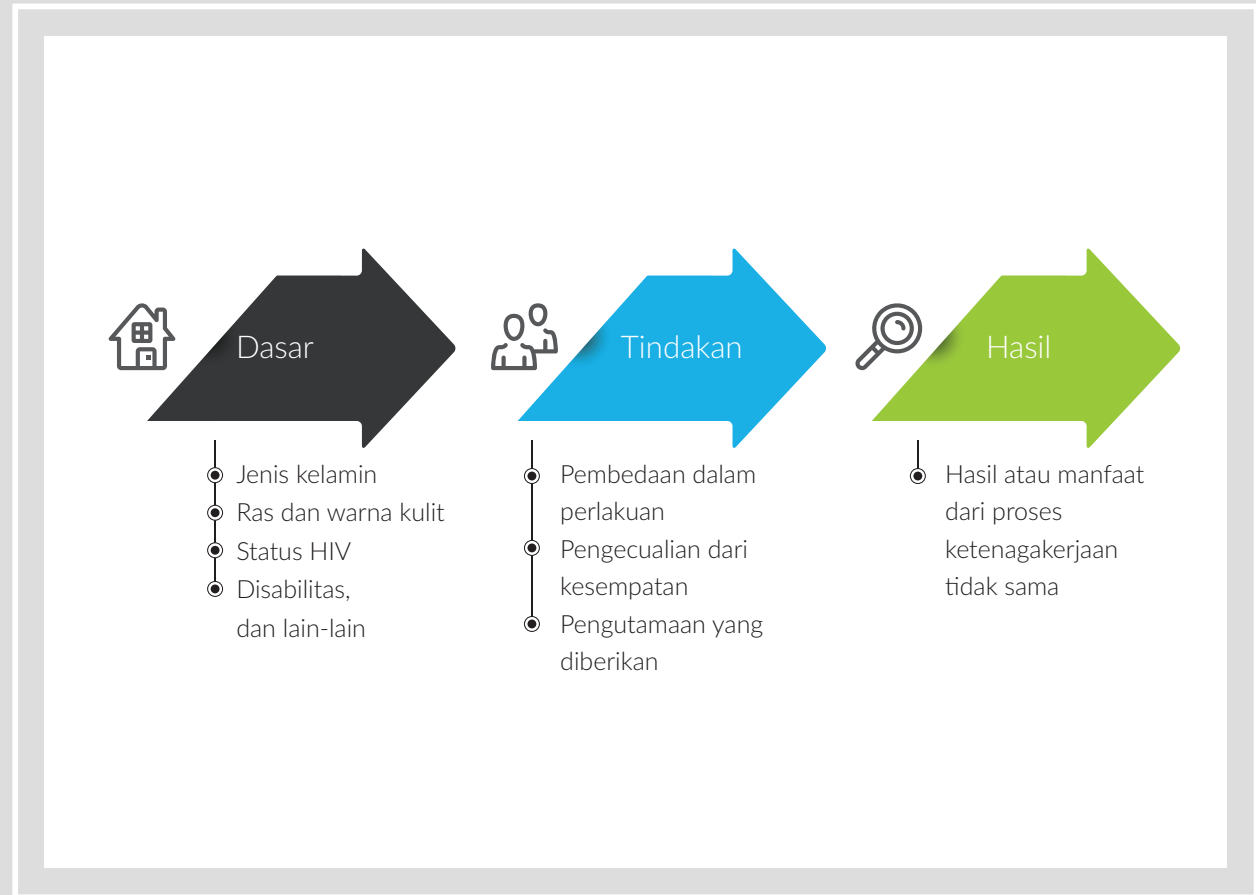
**Keberagaman** memiliki empat dimensi identitas manusia, yaitu:

1. **Kepribadian**, misalnya sifat, kemampuan, dan disabilitas;
2. **Internal**, misalnya usia, suku, dan gender;
3. **Eksternal**, misalnya status pernikahan, pengalaman kerja, dan latar belakang pendidikan;
4. **Organisasi**, misalnya status manajemen, lokasi kerja, dan senioritas I. Keberagaman seringkali menjadi dasar terjadinya diskriminasi, seperti misalnya keberagaman gender yang melekat dengan peran perempuan dan laki-laki menjadi dasar diskriminasi terhadap perempuan.

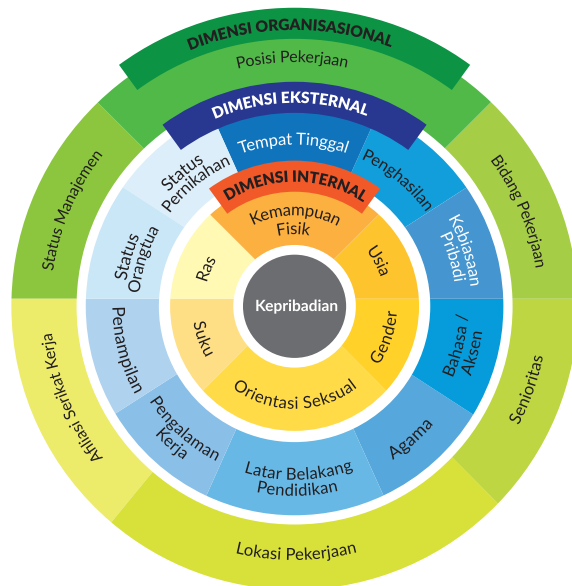
**Diskriminasi** adalah kondisi di mana terjadi perbedaan perlakuan dan atau sikap yang didasarkan pada situasi atau karakteristik tertentu<sup>2</sup>. Perbedaan dimaksud cenderung tidak adil, karena memperlihatkan posisi yang tidak setara antara pihak yang melakukan diskriminasi dengan subyek yang terdiskriminasi.

Berdasarkan Konvensi ILO No. 111 Tahun 1958, **diskriminasi** memiliki 3 komponen, di antaranya adalah :

1. Suatu **tindakan** melakukan, pembedaan, pengecualian atau pengutamaan seseorang atau kelompok terhadap kelompok yang lain;
2. Tindakan ini didasarkan pada sebuah **dasar** yang dilarang (jenis kelamin, etnis, dll);
3. **Hasil** tindakan tersebut memiliki dampak negatif pada kelompok pekerja tertentu atau individu.

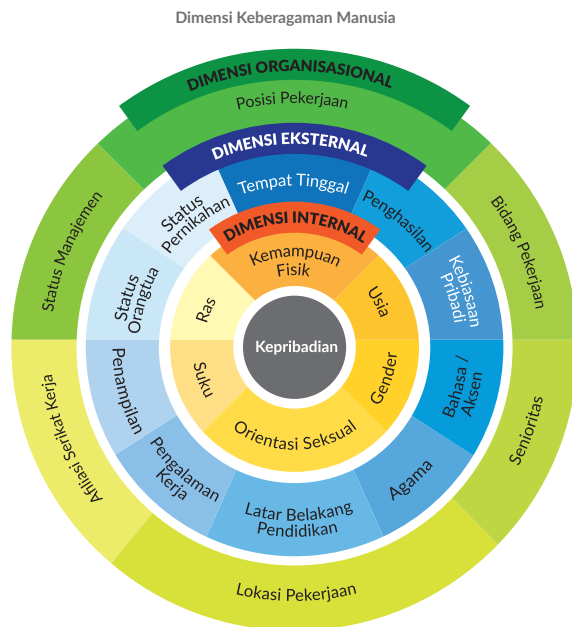


Dimensi Keberagaman Manusia



A survey of 330 HR executives by Professor Roberson found that diversity and inclusion best practices include:

1. fair treatment
2. equal access to opportunity
3. teamwork and collaboration
4. a focus on innovation and creativity
5. organizational flexibility, responsiveness, and agility
6. conflict resolution processes that are collaborative
7. evidence of leadership's commitment to diversity (e.g., appointing a Chief Diversity / Equality Officer)
8. representation of diversity at all levels of the organization
9. representation of diversity among internal and external stakeholders
10. diversity education and training



## 8 BEST PRACTICES FOR CHANGING YOUR CULTURE

1. Establish a sense of belonging for everyone

2. Empathetic leadership is key

3. A top-down approach isn't enough

4. Quotas don't automate inclusion

5. Inclusion is ongoing — not one-off training

6. Maximize joy and connection, minimize fear

7. Forget 'fit' and focus on helping individuals thrive

8. Consider your brand