

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Bursa Efek Indonesia (IDX).

Secara historis, pasar modal telah hadir jauh sebelum Indonesia merdeka. Pasar modal atau bursa efek telah hadir sejak jaman kolonial Belanda dan tepatnya pada tahun 1912 di Batavia. Pasar modal ketika itu didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah colonial atau VOC.

Meskipun pasar modal telah ada sejak tahun 1912, perkembangan dan pertumbuhan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan pada beberapa periode kegiatan pasar modal mengalami kevakuman. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti perang dunia ke I dan II, perpindahan kekuasaan dari pemerintah kolonial kepada pemerintah Republik Indonesia, dan berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Pemerintah Republik Indonesia mengaktifkan kembali pasar modal pada tahun 1977, dan beberapa tahun kemudian pasar modal mengalami pertumbuhan seiring dengan berbagai insentif dan regulasi yang dikeluarkan pemerintah. Secara singkat, tonggak perkembangan pasar modal di Indonesia dapat dilihat sebagai berikut¹:

Tabel 2.1

Perkembangan Pasar Modal di Indonesia

Desember 1912	Bursa Efek pertama di Indonesia dibentuk di Batavia oleh Pemerintah Hindia Belanda
1914 – 1918	Bursa Efek di Batavia ditutup selama Perang Dunia I

¹www.idx.co.id.

1925 – 1942	Bursa Efek di Jakarta dibuka kembali bersama dengan Bursa Efek di Semarang dan Surabaya
Awal tahun 1939	Karena isu politik (Perang Dunia II) Bursa Efek di Semarang dan Surabaya ditutup
1942 – 1952	Bursa Efek di Jakarta ditutup kembali selama Perang Dunia II
1956	Program nasionalisasi perusahaan Belanda. Bursa Efek semakin tidak aktif
1956 – 1977	Perdagangan di Bursa Efek vakum
10 Agustus 1977	Bursa Efek diresmikan kembali oleh Presiden Soeharto. BEJ dijalankan dibawah BAPEPAM (Badan Pelaksana Pasar Modal). Tanggal 10 Agustus diperingati sebagai HUT Pasar Modal. Pengaktifan kembali pasar modal ini juga ditandai dengan go public PT Semen Cibinong sebagai emiten pertama 19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara
1977 – 1987	Perdagangan di Bursa Efek sangat lesu. Jumlah emiten hingga 1987 baru mencapai 24. Masyarakat lebih memilih instrumen perbankan dibandingkan instrumen Pasar Modal
1987	Ditandai dengan hadirnya Paket Desember 1987 (PAKDES 87) yang memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan Penawaran Umum dan investor asing menanamkan modal di Indonesia
1988 – 1990	Paket deregulasi dibidang Perbankan dan Pasar Modal diluncurkan. Pintu BEJ terbuka untuk asing. Aktivitas bursa terlihat meningkat
2 Juni 1988	Bursa Paralel Indonesia (BPI) mulai beroperasi dan dikelola oleh Persatuan Perdagangan Uang dan Efek (PPUE), sedangkan organisasinya terdiri dari broker danddealer.
Desember 1988]	Pemerintah mengeluarkan Paket Desember 88 (PAKDES 88) yang memberikan kemudahan perusahaan untuk go public dan beberapa kebijakan lain yang positif bagi pertumbuhan pasar modal

16 Juni 1989	Bursa Efek Surabaya (BES) mulai beroperasi dan dikelola oleh Perseroan Terbatas milik swasta yaitu PT Bursa Efek Surabaya
13 Juli 1992	Swastanisasi BEJ. BAPEPAM berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal. Tanggal ini diperingati sebagai HUT BEJ
22 Mei 1995	Sistem Otomasi perdagangan di BEJ dilaksanakan dengan sistem computer JATS (Jakarta Automated Trading Systems)
10 November 1995	Pemerintah mengeluarkan Undang –Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Undang-Undang ini mulai diberlakukan mulai Januari 1996
1995	Bursa Paralel Indonesia merger dengan Bursa Efek Surabaya
2000	Sistem Perdagangan Tanpa Warkat (scripless trading) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia
2002	BEJ mulai mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (remote trading)
2007	Penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI)
2 maret 2009	Peluncuran Perdana Sistem Perdagangan Baru PT Bursa Efek Indonesia: JATS-NextG

B. Visi & Misi Bursa Efek Indonesia (IDX).

1. VISI

Menjadi bursa yang kompetitif dengan kredibilitas tingkat dunia.

2. MISI

Menciptakan daya saing untuk menarik investor dan emiten, melalui pemberdayaan Anggota Bursa dan Partisipan, penciptaan nilai tambah, efisiensi biaya serta penerapan *good governance*.

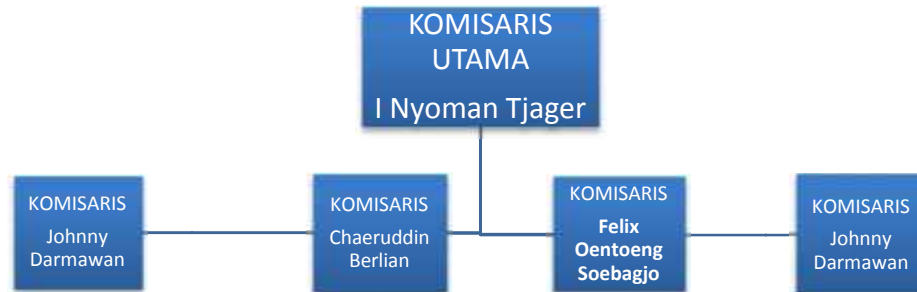
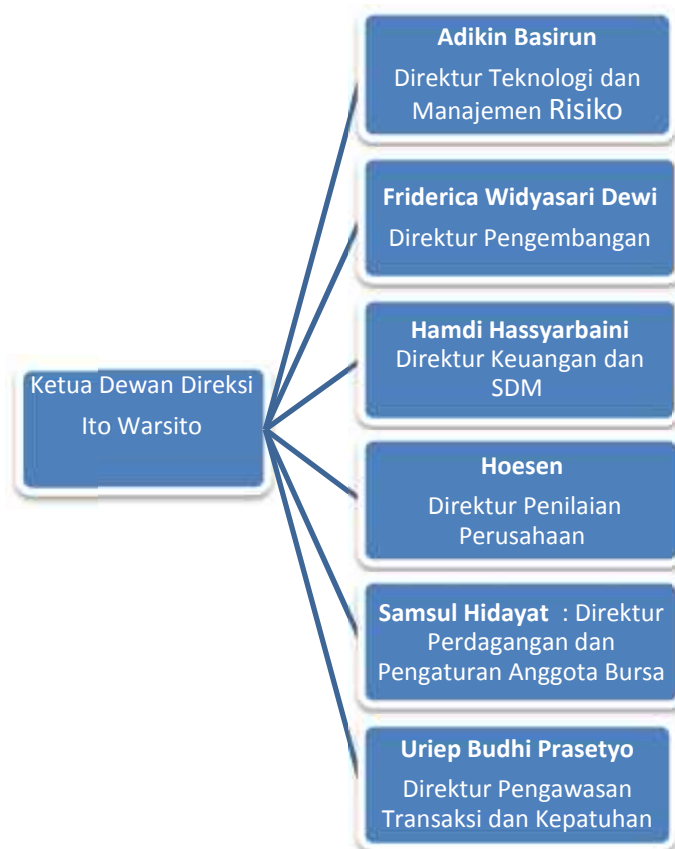
C. Struktur Pasar Modal Indonesia

Struktur Pasar Modal Indonesia telah diatur oleh UU No. 8 Tahun 1995 tentang pasar Modal.

Gambar 2

Struktur Pasar Modal Indonesia



Gambar 3**Struktur Kepemimpinan Bursa efek Indonesia / IDX****Gambar 4****Dewan Direksi Bursa Efek Indonesia / IDX**

D. Produk

1. Saham

Saham (stock) merupakan salah satu instrumen pasar keuangan yang paling populer. Menerbitkan saham merupakan salah satu pilihan perusahaan ketika memutuskan untuk pendanaan perusahaan. Pada sisi yang lain, saham merupakan instrument investasi yang banyak dipilih para investor karena saham mampu memberikan tingkat keuntungan yang menarik.

Saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Dengan menyertakan modal tersebut, maka pihak tersebut memiliki klaim atas pendapatan perusahaan, klaim atas asset perusahaan, dan berhak hadir dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Pada dasarnya, ada dua keuntungan yang diperoleh investor dengan membeli atau memiliki saham yaitu :

a) Dividen

Dividen merupakan pembagian keuntungan yang diberikan perusahaan dan berasal dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Dividen diberikan setelah mendapat persetujuan dari pemegang saham dalam RUPS. Jika seorang pemodal ingin mendapatkan dividen, maka pemodal tersebut harus memegang saham tersebut dalam kurun waktu yang relatif lama yaitu hingga kepemilikan saham tersebut berada dalam periode dimana diakui sebagai pemegang saham yang berhak mendapatkan dividen.

b) Capital Gain

Capital Gain merupakan selisih antara harga beli dan harga jual. Capital gain terbentuk dengan adanya aktivitas perdagangan saham di pasar sekunder. Misalnya Investor membeli saham ABC dengan harga per saham Rp 3.000 kemudian menjualnya dengan harga Rp 3.500 per saham yang berarti pemodal tersebut mendapatkan capital gain sebesar Rp 500 untuk setiap saham yang dijualnya.

2. Surat Utang

Surat Utang yang tercatat di BEI terdiri dari :

- a) Obligasi Korporasi adalah obligasi yang diterbitkan oleh Perusahaan Swasta Nasional termasuk BUMN dan BUMD.
- b) Surat Utang Negara adalah Surat Berharga yang diterbitkan oleh Pemerintah sesuai Undang-Undang No. 24 Tahun 2002, terdiri dari:
 - ◆ Obligasi Negara (termasuk Obligasi Negara Retail/ORI)
 - ◆ Surat Perbendaharaan Negara (SPN)
- c) Sukuk Korporasi adalah Instrumen berpendapatan tetap yang diterbitkan berdasarkan prinsip syariah sesuai ketentuan Bapepam&LK Np. IX.A.13 tentang Efek Syariah. Pendapatan Sukuk Korporasi berdasarkan Akad-akad yang tertuang dalam ketentuan Bapepam&LK tentang Akad-akad Efek Syariah.
- d) Surat Berharga Syariah Negara/SBSN atau Sukuk Negara adalah Surat Berharga yang diterbitkan oleh Pemerintah yang berdasarkan Syariah Islam sesuai dengan Undang-Undang No. 19 Tahun 2008 Tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN).

- e) Efek Beragun Aset (EBA) adalah Efek bersifat utang yang diterbitkan dengan *Underlying Aset* sebagai dasar penerbitan.

Semua instrumen tersebut sudah dapat di transaksikan dan atau dilaporkan perdagangannya melalui Bursa Efek Indonesia.

3. Reksadana

Reksa dana merupakan salah satu alternatif investasi bagi masyarakat pemodal, khususnya pemodal kecil dan pemodal yang tidak memiliki banyak waktu dan keahlian untuk menghitung risiko atas investasi mereka. Reksa Dana dirancang sebagai sarana untuk menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki modal, mempunyai keinginan untuk melakukan investasi, namun hanya memiliki waktu dan pengetahuan yang terbatas. Selain itu Reksa Dana juga diharapkan dapat meningkatkan peran pemodal lokal untuk berinvestasi di pasar modal Indonesia.

Umumnya, Reksa Dana diartikan sebagai Wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya di investasikan dalam portofolio Efek oleh Manajer Investasi.

Mengacu kepada Undang-Undang Pasar Modal No. 8 Tahun 1995, pasal 1 ayat (27) didefinisikan bahwa Reksa Dana adalah wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam portofolio efek oleh manajer investasi.

Ada tiga hal yang terkait dari definisi tersebut yaitu, Pertama, adanya dana dari masyarakat pemodal. Kedua, dana tersebut diinvestasikan dalam portofolio efek, dan Ketiga, dana tersebut dikelola oleh manajer investasi.

Dengan demikian, dana yang ada dalam Reksa Dana merupakan dana bersama para pemodal, sedangkan manajer investasi adalah pihak yang dipercaya untuk mengelola dana tersebut.

4. Saham Syariah

Secara konsep, saham merupakan surat berharga bukti penyertaan modal kepada perusahaan dan dengan bukti penyertaan tersebut pemegang saham berhak untuk mendapatkan bagian hasil dari usaha perusahaan tersebut. Konsep penyertaan modal dengan hak bagian hasil usaha ini merupakan konsep yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Prinsip syariah mengenal konsep ini sebagai kegiatan musyarakah atau syirkah. Berdasarkan analogi tersebut, maka secara konsep saham merupakan efek yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Namun demikian, tidak semua saham yang diterbitkan oleh Emiten dan Perusahaan Publik dapat disebut sebagai saham syariah. Suatu saham dapat dikategorikan sebagai saham syariah jika saham tersebut diterbitkan oleh²:

- a. Emiten dan Perusahaan Publik yang secara jelas menyatakan dalam anggaran dasarnya bahwa kegiatan usaha Emiten dan Perusahaan Publik tidak bertentangan dengan Prinsip-prinsip syariah.
- b. Emiten dan Perusahaan Publik yang tidak menyatakan dalam anggaran dasarnya bahwa kegiatan usaha Emiten dan Perusahaan Publik tidak bertentangan dengan Prinsip-prinsip syariah, namun memenuhi kriteria sebagai berikut:

²Majalah IDX edisi keenam terbitan 2011, *penerbitan pasar modal syariah*.H.4.

5. Sukuk

Sukuk merupakan istilah baru yang dikenalkan sebagai pengganti dari istilah obligasi syariah (*Islamic bonds*). Sukuk secara terminologi merupakan bentuk jamak dari kata "sakk" dalam bahasa Arab yang berarti sertifikat atau bukti kepemilikan. Sementara itu, Peraturan Bapepam dan LK Nomor IX.A.13 memberikan definisi Sukuk sebagai berikut :“Efek Syariah berupa sertifikat atau bukti kepemilikan yang bernilai sama dan mewakili bagian yang tidak tertentu (tidak terpisahkan atau tidak terbagi (syuyu’/undivided share) atas:

- a) aset berwujud tertentu (*ayyan maujudat*);
- b) nilai manfaat atas aset berwujud (*manafiul ayyan*) tertentu baik yang sudah ada maupun yang akan ada;
- c) jasa (*al khadamat*) yang sudah ada maupun yang akan ada
- d) aset proyek tertentu (*maujudat masyru’ muayyan*); dan atau
- e) kegiatan investasi yang telah ditentukan (*nasyath ististmarin khashah*)”.

6. Reksa Dana Syariah

Reksa Dana Syariah sebagaimana reksa dana pada umumnya merupakan salah satu alternatif investasi bagi masyarakat pemodal, khususnya pemodal kecil dan pemodal yang tidak memiliki banyak waktu dan keahlian untuk menghitung risiko atas investasi mereka. Reksa Dana dirancang sebagai sarana untuk menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki modal, mempunyai keinginan untuk melakukan investasi, namun hanya memiliki waktu dan pengetahuan yang terbatas³.

³Ibid, Majalah IDX edisi keenam terbitan 2011, *penerbitan pasar modal syariah*.H.6.

Reksa Dana Syariah dikenal pertama kali di Indonesia pada tahun 1997 ditandai dengan penerbitan Reksa Dana Syariah Danareksa Saham pada bulan Juli 1997. Sebagai salah satu instrumen investasi, Reksa Dana Syariah memiliki kriteria yang berbeda dengan reksa dana konvensional pada umumnya. Perbedaan ini terletak pada pemilihan instrumen investasi dan mekanisme investasi yang tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Perbedaan lainnya adalah keseluruhan proses manajemen portofolio, screening (penyaringan), dan cleansing (pembersihan).

E. Layanan Saham Syariah

1. Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

ISSI merupakan indeks saham yang mencerminkan keseluruhan saham syariah yang tercatat di BEI. Konstituen ISSI adalah keseluruhan saham syariah tercatat di BEI dan terdaftar dalam Daftar Efek Syariah (DES). Konstituen ISSI direview setiap 6 bulan sekali (Mei dan November) dan dipublikasikan pada awal bulan berikutnya.

Konstituen ISSI juga dilakukan penyesuaian apabila ada saham syariah yang baru tercatat atau dihapuskan dari DES. Metode perhitungan indeks ISSI menggunakan rata-rata tertimbang dari kapitalisasi pasar. Tahun dasar yang digunakan dalam perhitungan ISSI adalah awal penerbitan DES yaitu Desember 2007. Indeks ISSI diluncurkan pada tanggal 12 Mei 2011.⁴

2. Jakarta Islamic Index (JII).

JII pertama kali diluncurkan oleh BEI (pada saat itu masih bernama Bursa Efek Jakarta) bekerjasama dengan PT Danareksa *Investment Management* pada tanggal 3 Juli 2000. Meskipun demikian, agar dapat menghasilkan data historikal yang lebih

⁴*Ibid.* h7.

panjang, hari dasar yang digunakan untuk menghitung JII adalah tanggal 2 Januari 1995 dengan angka indeks dasar sebesar 100. Metodologi perhitungan JII sama dengan yang digunakan untuk menghitung IHSG yaitu berdasarkan *Market Value Weighed Average Index* dengan menggunakan formula Laspeyres.

Saham syariah yang menjadi konstituen JII terdiri dari 30 saham yang merupakan saham-saham syariah paling likuid dan memiliki kapitalisasi pasar yang besar. BEI melakukan *review* JII setiap 6 bulan, yang disesuaikan dengan periode penerbitan DES oleh Bapepam & LK. Setelah dilakukan penyeleksian saham syariah oleh Bapepam & LK yang dituangkan ke dalam DES, BEI melakukan proses seleksi lanjutan yang didasarkan kepada kinerja perdagangannya.

Adapun proses seleksi JII berdasarkan kinerja perdagangan saham syariah yang dilakukan oleh BEI adalah sebagai berikut:

- a. Saham-saham yang dipilih adalah saham-saham syariah yang termasuk ke dalam DES yang diterbitkan oleh Bapepam & LK.
- b. Dari saham-saham syariah tersebut kemudian dipilih 60 saham berdasarkan urutan kapitalisasi terbesar selama 1 tahun terakhir.
- c. Dari 60 saham yang mempunyai kapitalisasi terbesar tersebut, kemudian dipilih 30 saham berdasarkan tingkat likuiditas yaitu urutan nilai transaksi terbesar di pasar reguler selama 1 tahun terakhir.

F. Profil Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII).

1. Kalbe Farma

a. Sejarah Singkat Kalbe Farma

PT. Kalbe Farma merupakan salah satu industri farmasi di Indonesia didirikan pada tanggal 10 September 1966 oleh Dr. B. Setiawan yang kemudian mengambil gelar Ph.D. di bidang farmakologi. Keinginannya untuk mendirikan perusahaan ini didorong oleh rasa ingin ikut mengambil bagian dalam pembanguana nasional, terutama dalam usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan pelayanan pengobatan yang baik.

Perusahaan yang didirikannya, pertama kali berdiri di Jl. Simpang 1/1 Tanjung Priok, Jakarta Utara. Aktivitas produksinya baru dimulai pada tahun 1967 dengan produksi yang terbatas hanya pada jenis obat sirup. Seiring dengan perkembangan tersebut, ternyata lokasi yang terletak di Tanjung Priok tidak mungkin lagi untuk dilakukan pengembangan lebih lanjut. Maka pada tahun 1970 pusat kegiatan dipindahkan ke lokasi yang baru di Jl. Ahmad Yani, yaitu di kawasan Pulo Mas, Jakarta Timur. Pada tahun 1974 jaringan PT. Kalbe Farma telah menguasai pasar di seluruh wilayah Indonesia dengan kekuatan penjualan produk PT. Kalbe Farma.⁵

Pada pertengahan tahun 1997, PT. Kalbe Farma berpindah lokasi di kawasan Industri Delta Silikon, Jl. M.H Thamrin Blok A3-1 Lippo Cikarang, Bekasi 17550

⁵[http : //www.kalbe.co.id](http://www.kalbe.co.id) / www.kalbefarma.com.

dengan PO BOX 371 Bekasi 17073, Indonesia No. Telepon (021) 89907333-37 dan Faks (021) 8972874. PT. Kalbe Farma juga mempunyai website dengan alamat [http : //www.kalbe.co.id](http://www.kalbe.co.id) atau www.kalbefarma.com.

Pabrik baru PT. Kalbe Farma Tbk. Memiliki luas area 105.130 m² dengan luas bangunan sekitar 41.027 m² dibagi menjadi sarana produksi yang terdiri dari gedung kantor, gedung produksi dan teknik, gudang dan sarana pendukung lain seperti tempat pengolahan limbah, lapangan parkir, koperasi, kantin dan city water.

Sampai saat ini, PT. Kalbe Farma selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dari produk yang memenuhi persyaratan peraturan untuk industri farmasi dari Departemen Kesehatan RI sehingga PT. Kalbe Farma dinyatakan telah memenuhi persyaratan pemerintah sejak tahun 1974. Persyaratan-persyaratan tersebut antara lain :

1. Peraturan produksi obat tentang perlengkapan dan kelengkapan alat-alat produksi.
2. Peraturan/ surat keputusan Menteri Kesehatan RI tentang persyaratan perlengkapan dan kelengkapan suatu industri farmasi.
3. Peraturan tentang dasar-dasar pengawasan mutu obat dan cara-cara yang baik dalam pengawasan mutu obat-obatan.
4. Peraturan-peraturan lain mengenai bidang industri farmasi.

Pada tanggal 15 Agustus 1974, PT. Kalbe Farma memperoleh status Perusahaan Modal Dalam Negeri (PMDN) atau perusahaan yang menanamkan

modal untuk kemajuan industri, sesuai dengan keputusan *The Investment Coordination Board* No. 352/4/BKPM/74/PMDN. Pada Tahun 1974 PT. Kalbe Farma mendirikan gedung perkantoran, kemudian pada tahun 1978 didirikan gedung SPNS (*Solid Product Non Steril*). Gedung ini bertingkat tiga, baru pada tahun 1985 dilakukan rekontruksi menjadi bertingkat enam.

Sebagian besar kegiatan berlangsung di bagian R&D, QA, PPIC dan produksi. Pada tahun 1988 mulailah dikembangkan Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) yang harus diterapkan oleh seluruh industri farmasi di Indonesia, sejalan dengan dikeluarkannya Surat Menteri Kesehatan RI No. 43/MENKES/SKII/1988. Oleh karena itu, dalam rangka penerapan CPOB serta untuk meningkatkan kapasitas produksi sebanyak tiga kali lipat, sejak tahun 1994 dibangun suatu plant baru di daerah kompleks industri Delta Silicon, Lippo Cikarang, Bekasi, Jawa Barat sesuai dengan progam pemerintah. Pabrik baru tersebut diresmikan pada tanggal 17 Desember 1998 bersamaan dengan diterimanya sertifikat ISO 9001. Hingga kini PT. Kalbe Farma telah melakukan upgrade dan memperoleh pengakuan ISO 9001 versi tahun 2000 yang lebih menekankan pada kepuasan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan dan perbaikan yang berkesinambungan. Dalam rangka peningkatan standar kualitas secara keseluruhan, pada bulan Oktober tahun 2004 PT. Kalbe Farma akan mulai menerapkan integrated system untuk memenuhi persyaratan ISO 14001, OHSAS 18001, dan ISO 9001.

Hingga saat ini, PT. Kalbe Farma tetap merupakan produsen terbesar di pasaran dalam negeri, baik untuk produk *Ethical* (obat dengan resep dokter)

maupun produk *OTC (Over The Counter)*. Selain melayani pasar dalam negeri, sejak tahun 1988 produk-produk dari PT. Kalbe Farma sudah diekspor ke luar negeri seperti Malaysia, Singapura, Filipina, Vietnam, Srilanka, Nigeria, Myanmar dan lain lain.

b. Visi Dan Misi

Kalbe Farma mempunyai visi dan misi untuk tetap memproduksi produk-produk kesehatan yang menjadi dan menjangkau permintaan pasar secara menyeluruh demi memenuhi kebutuhan beragam konsumen tidak hanya di seluruh Indonesia tetapi juga internasional (untuk ekspor). Kesuksesan yang berlanjut akan membantu pemegang saham dan masyarakat untuk mencapai hidup yang lebih baik.⁶

Misi dari Kalbe Farma yaitu *“To Improve Health For A Better Life”*. Sedangkan Visi Kalbe Farma yaitu *“To Be The Best Indonesian Health Care Company, Driven By Innovation, Strong Brands And Excellent Management”*.

Selain itu juga terdapat dasar-dasar dari Kalbe Farma yang disebut sebagai Kalbe Panca Srahada, yaitu :

- a. *Trust is the glue of life*(Kepercayaan adalah perekat di antara kami)
- b. *Mindfulness is the foundation of our action*(Kesadaran penuh adalah dasar dari setiap tindakan kami)
- c. *Innovation is the key to our success*(Inovasi adalah kunci dari keberhasilan kami).

⁶Brosur tentang visi dan misi kalbe farma.h.2.

- d. *Strive to be the best*(Bertekad menjadi yang terbaik.).
- e. *Interconnectedness is universal a way of our life*(Saling keterkaitan adalah panduan hidup kami).

Seiring dengan pengembangan zaman, pada saat ini PT. Kalbe Farma telah mendapatkan ISO 9001 sebagai wujud nyata terhadap pengendalian dan pengawasan mutu produk yang dihasilkan. Di samping itu PT. Kalbe Farma Tbk. Telah menggalakan suatu program manajemen yang diberlakukan kepada segenap sumber daya manusianya yang bertujuan untuk mengarahkan sumber daya manusia tersebut kepada pelayanan yang berbasis pada keunggulan mutu dan kepuasan pelanggan, guna tetap mengukuhkan kedudukan dan tetap mengeksiskan PT. Kalbe Farma Tbk di tengah persaingan dalam dunia farmasi saat ini.

Agar produksi berjalan, maka produk yang dihasilkan harus didukung oleh sistem distribusi pemasaran yang baik dan tersebar luas. Untuk menunjang kelancaran produksi dan distribusi ini, PT. Kalbe Farma mempunyai distributor tunggal yaitu PT. Enseval Putra Magatranding yang mempunyai beberapa cabang yang tersebar luas di Indonesia yaitu: Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Denpasar, Medan, Padang, Palembang, Manado, Banjarmasin, Samarinda, Ujung Pandang, dll.

c. Rapat Umum Pemegang Saham (Rups)

RUPS adalah organ perusahaan yang memegang kekuasaan tertinggi dalam Perseroan dan memegang segala kewenangan yang tidak diserahkan kepada Direksi dan Dewan Komisaris.

RUPS sebagai organ perusahaan merupakan wadah para pemegang saham untuk mengambil keputusan penting yang berkaitan dengan modal yang ditanam dalam perusahaan, dengan memperhatikan ketentuan Anggaran Dasar dan peraturan perundang-undangan. Keputusan yang diambil dalam RUPS didasari pada kepentingan usaha Perseroan dalam jangka panjang.⁷

Kewenangan RUPS antara lain mengangkat dan memberhentikan anggota Dewan Komisaris dan Direksi, mengevaluasi kinerja Dewan Komisaris dan Direksi, menyetujui perubahan Anggaran Dasar, menyetujui laporan tahunan dan menetapkan bentuk dan jumlah remunerasi anggota Dewan Komisaris dan Direksi serta mengambil keputusan terkait tindakan korporasi atau keputusan strategis lainnya yang diajukan Direksi. Keputusan yang diambil dalam RUPS didasarkan pada kepentingan Perseroan. Tanpa mengurangi kekuasaan dan wewenang yang dimiliki oleh RUPS, RUPS atau pemegang saham tidak dapat melakukan intervensi terhadap pelaksanaan tugas, fungsi dan wewenang Dewan Komisaris dan Direksi untuk menjalankan kewajiban

⁷ *Ibid*, Brosur tentang visi dan misi *kalbe farma*.h.5

dan haknya sesuai dengan Anggaran Dasar dan peraturan perundang-undangan.

RUPS dan atau pemegang saham tidak melakukan intervensi terhadap tugas, fungsi dan wewenang Dewan Komisaris, serta Direksi dengan tidak mengurangi wewenang RUPS untuk menjalankan hak sesuai dengan Anggaran Dasar dan peraturan perundang-undangan. Pengambilan keputusan RUPS dilakukan secara wajar dan transparan.

d. Struktur Dan Hubungan Tata Kelola Perusahaan

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Undang-undang Perseroan Terbatas), organ Perusahaan terdiri dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris, dan Direksi. 8

RUPS melakukan pengambilan keputusan penting yang didasari pada kepentingan perusahaan, dengan memperhatikan ketentuan Anggaran Dasar dan peraturan perundangan yang berlaku.

Pengelolaan Perseroan dilakukan oleh Direksi, sementara Dewan Komisaris melakukan pengawasan yang memadai terhadap kinerja pengelolaan perusahaan. Namun demikian, keduanya mempunyai tanggung jawab untuk memelihara kesinambungan usaha Perseroan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, Dewan Komisaris dan Direksi memiliki kesamaan persepsi terhadap visi, misi, dan nilai-nilai Perseroan.

Untuk membantu pelaksanaan tugasnya, Dewan Komisaris dibantu oleh 5 (lima) Komite dan untuk membantu pelaksanaan tugas Direksi, telah dibentuk struktur organisasi yang efektif dan efisien.

2. Unilever

a. Sejarah Singkat Unilever

PT Unilever Indonesia Tbk (perusahaan) didirikan pada 5 Desember 1933 sebagai Zeepfabrieken N.V. Lever dengan akta No. 33 yang dibuat oleh Tn.A.H. van Ophuijsen, notaris di Batavia. Akta ini disetujui oleh Gubernur Jenderal van Negerlandsch-Indie dengan surat No. 14 pada tanggal 16 Desember 1933, terdaftar di Raad van Justitie di Batavia dengan No. 302 pada tanggal 22 Desember 1933 dan diumumkan dalam Javasche Courant pada tanggal 9 Januari 1934 Tambahan No. 3.

Dengan akta No. 171 yang dibuat oleh notaris Ny. Kartini Mulyadi tertanggal 22 Juli 1980, nama perusahaan diubah menjadi PT Unilever Indonesia. Dengan akta no. 92 yang dibuat oleh notaris Tn. Mudofir Hadi, S.H. tertanggal 30 Juni 1997, nama perusahaan diubah menjadi PT Unilever Indonesia Tbk. Akta ini disetujui oleh Menteri Kehakiman dengan keputusan No. C2-1.049HT.01.04TH.98 tertanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan di Berita Negara No. 2620 tanggal 15 Mei 1998 Tambahan No. 39.

Perusahaan mendaftarkan 15% dari sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya setelah memperoleh persetujuan dari Ketua Badan Pelaksana Pasar Modal (Bapepam) No.SI-009/PM/E/1981 pada tanggal 16 November 1981.

Pada Rapat Umum Tahunan perusahaan pada tanggal 24 Juni 2003, para pemegang saham menyepakati pemecahan saham, dengan mengurangi nilai nominal saham dari Rp 100 per saham menjadi Rp 10 per saham. Perubahan ini dibuat di hadapan notaris dengan akta No. 46 yang dibuat oleh notaris Singgih Susilo, S.H. tertanggal 10 Juli 2003 dan disetujui oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan keputusan No. C-17533 HT.01.04-TH.2003.⁹

Perusahaan bergerak dalam bidang produksi sabun, deterjen, margarin, minyak sayur dan makanan yang terbuat dari susu, es krim, makanan dan minuman dari teh dan produk-produk kosmetik. Sebagaimana disetujui dalam Rapat Umum Tahunan Perusahaan pada tanggal 13 Juni, 2000, yang dituangkan dalam akta notaris No. 82 yang dibuat oleh notaris Singgih Susilo, S.H. tertanggal 14 Juni 2000, perusahaan juga bertindak sebagai distributor utama dan memberi jasa-jasa penelitian pemasaran. Akta ini disetujui oleh Menteri Hukum dan Perundang-undangan (dahulu Menteri Kehakiman) Republik Indonesia dengan keputusan No.C-18482HT.01.04-TH.2000.

b. Perluasan Unilever Indonesia

Pada tanggal 22 November 2000, perusahaan mengadakan perjanjian dengan PT Anugrah Indah Pelangi, untuk mendirikan perusahaan baru yakni PT Anugrah Lever (PT AL) yang bergerak di bidang pembuatan, pengembangan, pemasaran dan penjualan kecap, saus cabe dan saus-saus lain dengan merk dagang Bango,

⁹www.unilever.co.id.

Parkiet dan Sakura dan merk-merk lain atas dasar lisensi perusahaan kepada PT Al..

Pada tanggal 3 Juli 2002, perusahaan mengadakan perjanjian dengan Texchem Resources Berhad, untuk mendirikan perusahaan baru yakni PT Technopia Lever yang bergerak di bidang distribusi, ekspor dan impor barang-barang dengan menggunakan merk dagang Domestos Nomos. Pada tanggal 7 November 2003, Texchem Resources Berhad mengadakan perjanjian jual beli saham dengan Technopia Singapore Pte.Ltd, yang dalam perjanjian tersebut Texchem Resources Berhad sepakat untuk menjual sahamnya di PT Technopia Lever kepada Technopia Singapore Pte. Ltd.Dalam Rapat Umum Luar Biasa perusahaan pada tanggal 8 Desember 2003, perusahaan menerima persetujuan dari pemegang saham minoritasnya untuk mengakuisisi saham PT Knorr Indonesia (PT KI) dari Unilever Overseas Holdings Limited (pihak terkait). Akuisisi ini berlaku pada tanggal penandatanganan perjanjian jual beli saham antara perusahaan dan Unilever Overseas Holdings Limited pada tanggal 21 Januari 2004.Pada tanggal 30 Juli 2004, perusahaan digabung dengan PT KI. Penggabungan tersebut dilakukan dengan menggunakan metoda yang sama dengan metoda pengelompokan saham (pooling of interest). Perusahaan merupakan perusahaan yang menerima penggabungan dan setelah penggabungan tersebut PT KI tidak lagi menjadi badan hukum yang terpisah.Penggabungan ini sesuai dengan persetujuan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam suratnya No. 740/III/PMA/2004 tertanggal 9 Juli 2004.

Pada tahun 2007, PT Unilever Indonesia Tbk. (Unilever) telah menandatangani perjanjian bersyarat dengan PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (Ultra) sehubungan dengan pengambilalihan industri minuman sari buah melalui pengalihan merek “Buavita” dan “Gogo” dari Ultra ke Unilever. Perjanjian telah terpenuhi dan Unilever dan Ultra telah menyelesaikan transaksi pada bulan Januari 2008.

c. VISI

Produk Unilever telah menyentuh sekitar 2 milyar orang setiap hari, baik itu melalui perasaan yang luar biasa karena mereka memiliki rambut yang kilau dan senyum yang menawan, membuat rumah mereka segar dan bersih, atau dengan menikmati secangkir kopi, makanan yang lezat atau snack yang sehat¹⁰

Empat pilar utama dari visi kami menggambarkan arah jangka panjang dari perusahaan – kemana tujuan kami dan bagaimana kami menuju ke arah sana:

- Kami bekerja untuk membangun masa depan yang lebih baik setiap hari
- Kami membantu orang-orang merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati kehidupan dengan *brand* dan pelayanan yang baik bagi mereka dan bagi orang lain
- Kami menjadi sumber inspirasi orang-orang untuk melakukan hal kecil setiap hari yang dapat membuat perbedaan besar bagi dunia.

¹⁰Brosur *unilever.Tbk*, visi misi *unilever* dan *produknya*.

- Kami akan mengembangkan cara baru dalam melakukan bisnis dengan tujuan membesarkan perusahaan kami dua kali lipat sambil mengurangi dampak lingkungan

Kami selalu percaya akan kekuatan *brand* kami dalam meningkatkan kualitas kehidupan orang-orang dan dalam melakukan hal yang benar. Semakin bertumbuhnya bisnis kami, meningkat pula tanggung jawab kami. Kami mengenali tantangan global seperti perubahan iklim yang menjadi kepedulian kita bersama. Mempertimbangkan dampak yang lebih luas dari tindakan kami selalu menyatu dalam nilai-nilai kami dan merupakan bagian fundamental mengenai siapa diri kami.

d. Tujuan & prinsip

Tujuan corporate kami adalah bahwa kesuksesan memerlukan “standar tertinggi dari perilaku corporate terhadap setiap orang yang bekerja dengan kami, komunitas yang kami sentuh dan lingkungan yang terdampak dari pekerjaan kami.”¹¹

1. Selalu bekerja dengan integritas. Beroperasi dengan integritas dan rasa hormat pada orang-orang, sentuhan bisnis kami pada organisasi dan lingkungan selalu menjadi pusat dari tanggung jawab *corporate* kami.
2. Dampak Positif. Kami bertujuan memberikan dampak positif dengan berbagai cara: melalui *brand* kami, melalui kegiatan komersial dan hubungan

¹¹*ibid*, h.3.

kami, melalui kontribusi sukarela, serta berbagai cara lain dimana kami berhubungan dengan masyarakat.

3. Komitmen yang berlanjut. Kami juga berkomitmen untuk terus meningkatkan cara dalam menangani dampak lingkungan dan bekerja dengan tujuan jangka panjang kami dalam mengembangkan bisnis yang berkelanjutan.
4. Menjalankan aspirasi kami. Tujuan *corporate* kami telah memberikan aspirasi bagi kami untuk mengelola bisnis. Hal ini diperkuat peraturan kami dalam prinsip-prinsip bisnis yang menjelaskan standar operasional yang diikuti semua karyawan Unilever, dimanapun mereka berada diseluruh dunia. Aturan ini juga mendukung pendekatan kami pada pemerintah serta tanggung jawab *corporate*.
5. Bekerja dengan yang lain. Kami ingin bekerja dengan para penyedia sumber daya yang memiliki nilai dan standar yang sama dengan kami dalam bekerja. Peraturan tentang rekanan bisnis, sejalan dengan peraturan prinsip bisnis kami, terdiri dari sepuluh prinsip yang meliputi integritas bisnis dan tanggung jawab yang berhubungan dengan karyawan, konsumen dan lingkungan.

3. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

a. Sejarah Berdirinya PT. Indofood Sukses Makmur

Perusahaan ini didirikan dengan nama PT Panganjaya Intikusuma berdasarkan Akta Pendirian No.228 tanggal 14 Agustus 1990 yang diubah dengan Akta No.249 tanggal 15 November 1990 dan yang diubah kembali dengan Akta No.171 tanggal 20 Juni 1991, semuanya dibuat dihadapan

Benny Kristanto, SH., Notaris di Jakarta dan telah mendapat persetujuan dari Menteri kehakiman Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusan No.C2-2915.HT.01.01Th.91 tanggal 12 Juli 1991, serta telah didaftarkan di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan dibawah No.579, 580 dan 581 tanggal 5 Agustus 1991, dan diumumkan dalam. Berita Negara Republik Indonesia No.12 tanggal 11 Februari 1992, Tambahan No.611. Perseroan mengubah namanya yang semula PT Panganjaya Intikusuma menjadi PT Indofood Sukses Makmur, berdasarkan keputusan Rapat Umum Luar Biasa Para Pemegang Saham yang dituangkan dalam Akta Risalah Rapat No.51 tanggal 5 Februari 1994 yang dibuat oleh Benny Kristianto, SH., Notaris di Jakarta. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. merupakan salah satu perusahaan mie instant dan makanan olahan terkemuka di Indonesia yang menjadi salah satu cabang perusahaan yang dimiliki oleh Salim *Group*.¹²

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Cabang Bandung didirikan pada bulan Mei 1992 dengan nama PT Karya Pangan Inti Sejati yang merupakan salah satu cabang dari *PT Sanmaru Food Manufacturing Company Ltd.* yang berpusat di Jakarta dan mulai beroperasi pada bulan Oktober 1992. Pada saat itu jumlah karyawan yang ada sebanyak 200 orang.

Pada tahun 1994, terjadi penggabungan beberapa anak perusahaan yang berada di lingkup Indofood Group, sehingga mengubah namanya

¹²www.indofood.co.id.

menjadi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. yang khusus bergerak dalam bidang pengolahan mie instan. Divisi mie instan merupakan divisi terbesar di Indofood dan pabriknya tersebar di 15 kota, diantaranya Medan, Pekanbaru, Palembang, Tangerang, Lampung, Pontianak, Manado, Semarang, Surabaya, Banjarmasin, Makasar, Cibitung, Jakarta, Bandung dan Jambi, sedangkan cabang tanpa pabrik yaitu Solo, Bali dan Kendari. Hal ini bertujuan agar produk yang dihasilkan cukup didistribusikan ke wilayah sekitar kota dimana pabrik berada, sehingga produk dapat diterima oleh konsumen dalam keadaan segar serta membantu program pemerintah melalui pemerataan tenaga kerja local.

b. Tujuan Pendirian

Tujuan didirikannya PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Bandung adalah:

1. memperluas bidang usaha secara terus menerus melalui bidang usaha internal maupun pengembangan usaha strategis
2. mengurangi biaya transportasi
3. selalu meningkatkan kesejahteraan karyawan
4. mensuplai daerah lain yang selalu kekurangan persediaan barang
5. berperan serta dalam pelestarian lingkungan hidup dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Visi dan misi yang ditunjukkan oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. adalah realistis, spesifik, dan meyakinkan yang merupakan penggambaran citra, nilai, arah dan tujuan untuk masa depan perusahaan.¹³

- **Visi**

“Menjadi perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan pangan dengan produk bermutu, berkualitas, aman untuk dikonsumsi dan menjadi pemimpin di industri makanan”.

- **Misi**

“Menjadi perusahaan transnasional yang dapat membawa nama Indonesia di bidang industri makanan”.

- **Perkembangan Perusahaan**

Perusahaan ini didirikan dengan nama PT Panganjaya Intikusuma berdasarkan Akta Pendirian No.228 tanggal 14 Agustus 1990. berdasarkan keputusan Rapat Umum Luar Biasa Para Pemegang Saham yang dituangkan dalam Akta Risalah Rapat No.51 tanggal 5 Februari 1994 Perseroan mengubah namanya yang semula PT Panganjaya Intikusuma menjadi PT Indofood Sukses Makmur. Pada awalnya, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. adalah perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan makanan dan minuman yang didirikan pada tahun 1971. PT. Indofood Sukses Makmur terus mengalami kemajuan. Hal ini

¹³Ibid. www.indofood.co.id h.6.

dibuktikan dengan adanya pesebaran distribusi produk yang dipasarkan. Saat ini, PT. memiliki 36 pabrik, lebih dari 10 merek dengan 150 rasa dan tipe distributor yang melayani hampir 150.000 outlet.

PT. Indofood Sukses Makmur cabang Bandung merupakan salah satu bagian dari *noodle division*, PT. Indofood Sukses Makmur memiliki areal kantor dan pabrik seluas 61.640 m². Cabang Bandung daerah cakupan pemasaran di kabupaten dan kota Bandung, Cimahi, Cikampek, Purwakarta, Subang, Cirebon, Tasikmalaya, Garut, Sukabumi, Cianjur, Indramayu, dan Sumedang.

PT. Indofood Sukses Makmur TBK cabang Indofood Grup yang bergerak dibidang mie instan merupakan pelopor dalam industri makanan olahan di Indonesia. Saat ini perusahaan menjadi perusahaan pengolahan mie terdepan dan memegang *market leader* pada masing-masing *brand* yang dimilikinya.¹⁴

c. Kelebihan

Setiap tahunnya PT. Indofood Sukses Makmur Tbk harus mengendalikan biaya promosi agar biaya promosi yang dikeluarkan untuk promosi produk tidak mengeluarkan biaya yang terlalu banyak yang menjadi pemborosan perusahaan dan supaya tingkat penjualan tidak menurun. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk melakukan pendistribusian

¹⁴*Ibid*, www.indofood.co.id h.6

yang sesuai dengan target pasar, produk yang dihasilkanpun harus memenuhi dengan minat konsumen.

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk terus mengadakan riset terhadap pasar untuk menyaingi pesaing perusahaan lain. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk menambah unggulan-unggulan terhadap produk yang akan dipasarkan, memperhatikan kualitas produk yang ingin dipasarkan, melihat kebutuhan dari konsumen dan perusahaan melakukan gebrakan yang menjadi daya tarik konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

d. Kekurangan

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk kurang meningkatkan kewaspadaan kepada produksi mie lain yang gencar malakukan promosi yang sangat agresif. Seharusnya, PT. Indofood Sukses Makmur Tbk harus melakukan juga promosi yang agresif dan luar biasa, dan membuat harga produknya dibawah dari produk yang lainnya, ditambah keunggulan-keunggulan lain. Sehingga dapat meningkatkan hasil produksi dengan baik. Dan juga PT. Indofood Sukses Makmur Tbk harus memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi mengenal kebutuhan dan keinginan konsumen yang heterogen, sehingga dapat mengetahui dengan jelas kebutuhan dan keinginan konsumen. Itu semua dilakukan agar melancarkan kegiatan produksi agar sesuai dengan target pasar yang diinginkan.