



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Konsep *Investor Relations* merupakan sebuah konsep yang telah berkembang dikalangan para pelaku bisnis di negara-negara industri, tidak terkecuali di negara berkembang seperti di Indonesia. *Investor Relations* berperan penting bagi perusahaan untuk membantu mengidentifikasi strategi komunikasi yang paling tepat dan efektif dalam menyampaikan informasi perusahaan serta dapat menjaga hubungan saling menguntungkan dengan investor agar dapat mempersuasi *financial audience* perusahaan. (Theaker, 2012: 319)

Konsep *Investor Relations* sendiri mulai diterapkan fungsinya terutama bagi perusahaan-perusahaan yang telah melakukan aksi *go-public*, yaitu perusahaan yang mendaftarkan saham perusahaannya pada Bursa Saham. Dengan menjadi perusahaan *go-public*, manfaat yang diterima perusahaan selain dapat memberikan dana atau sumber modal bagi perusahaan adalah dapat memberikan *competitive advantage* untuk pengembangan usaha, dapat melakukan merger atau akuisisi perusahaan lain dengan pembiayaan melalui penerbitan saham baru, dapat meningkatkan kemampuan *going concern*, serta dapat meningkatkan citra perusahaan dan juga nilai perusahaan. Proses agar sebuah perusahaan dapat menjadi *go-public* tidaklah mudah dan hanya perusahaan-perusahaan yang memiliki manajemen yang baik, serta menerapkan praktik *good corporate governance* yang bisa menjadi perusahaan *go-public*. Itulah mengapa banyak perusahaan yang tertarik untuk melakukan aksi *go-public*. (Corporate Secretary PT. Bursa Efek Indonesia, 2005:1-4)

Tujuan utama dari kegiatan *investor relations* adalah untuk membantu perusahaan *go-public* dalam mempromosikan saham atau obligasi yang diterbitkannya. Perusahaan diwajibkan untuk memberikan akses informasi yang sama kepada seluruh pelaku pasar keuangan, agar seluruh pelaku tersebut memiliki persamaan informasi yang cukup, sehingga valuasi harga saham yang diperdagangkan diharapkan memiliki penilaian yang wajar. (Guimard, 2008: ix)

Untuk membina hubungan baik dengan investor dibutuhkan sebuah perangkat komunikasi yang berfungsi menyampaikan informasi mengenai keadaan keuangan perusahaan kepada investor, sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi investor atau calon investor untuk mengambil keputusan investasi. (Kasali, 1994:81)

Ciri mendasar dari *Investor Relations* adalah keterbukaan informasi secara penuh (*full disclosure*) kepada publik. Bagi perusahaan *go-public*, pasar modal merupakan sarana peningkatan nilai perusahaan, melalui serangkaian aksi penciptaan nilai (*value creation*) yang ditopang oleh keterbukaan informasi secara penuh. Transparansi akan berdampak pada efisiensi usaha, yang berdampak pada peningkatan laba. Peningkatan laba merupakan salah satu faktor penting bagi keunggulan daya saing perusahaan secara berkelanjutan dan pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan harga saham. Peningkatan harga saham merupakan wujud apresiasi investor akan kinerja perusahaan serta keyakinan akan peningkatan kinerja ke depan. (Fakhrudin, 2008: 4)

Berbeda dengan perusahaan tertutup, perusahaan yang beroperasi sebagai perusahaan publik, pada dasarnya harus siap dengan berbagai konsekuensi dan kewajibannya, yaitu memenuhi ketentuan yang berlaku dalam perundang-undangan beserta aturan pelaksanaan yang mengikutinya. Perusahaan juga harus menerima keterlibatan pihak-pihak lain sebagai suatu sinergi untuk melakukan kerjasama. (Sunariyah, 1997:38)

Secara khusus, *issues management* diperlukan untuk menjaga arus pemberitaan mengenai perusahaan di media massa, yang berpotensi untuk menimbulkan krisis. Sebuah perusahaan yang sudah menyatakan *go-public*, maka setiap pemberitaan maupun informasi mengenai internal perusahaan, baik berita baik maupun berita yang buruk dapat menyebabkan *price sensitive* bagi saham.

Di tengah era perkembangan *capital market* pada masa kini, perusahaan-perusahaan *go-public* di Indonesia telah menyadari dan memahami manfaat dari pelaksanaan komunikasi *investor relations* yang sebetulnya memegang peranan besar terhadap perusahaan. Namun, disamping itu di era keterbukaan informasi Salah satu perusahaan yang juga memberikan perhatian serius pada kegiatan komunikasi *investor relations*, contohnya yaitu PT. BUMI ResourceS, Tbk (BUMI).

BUMI merupakan perusahaan pengelola sumberdaya alam terkemuka, sekaligus produsen *thermal coal* terbesar di Indonesia. Tingginya jumlah persediaan dan jumlah tambang yang dimiliki telah menempatkan perusahaan sebagai pemain penting dalam memenuhi kebutuhan energi dalam negeri dan juga sebagai eksportir. Sebagai perusahaan produsen batubara, BUMI mencatat laju pertumbuhan tercepat di Asia dan kedua tercepat di dunia.

Pada tanggal 18 Juli 1990, BUMI memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan *Initial Public Offering* (Penawaran Umum Perdana Saham) perusahaan kepada masyarakat sebanyak 10.000.000 lembar saham dengan harga penawaran Rp. 4.500 per saham. Saham tersebut resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 30 Juli 1990. Saat ini, perusahaan merupakan *holding company* dari *subsidiary* yang bergerak di bidang aktivitas pertambangan. Perusahaan tergabung di dalam Kelompok Usaha Bakrie. Jumlah saham BUMI yang beredar sebanyak 20.773.400.000 saham. (Sumber: *Annual Report* PT. BUMI ResourceS, Tbk Tahun 2013)

Peneliti tertarik untuk meneliti mengenai kajian ilmu *investor relations* di karenakan peneliti melihat fenomena yang terjadi, yakni pada masa kini *investor relations* menjadi kegiatan yang sering dijumpai dalam proses bisnis sebuah perusahaan. Disinilah peran *public relations* mempunyai peran penting untuk menjalin dan membina hubungan baik dengan investor. Sebagai komunikator, praktisi *public relations* perlu menguasai pengetahuan mengenai penanaman modal, pembelian dan penjualan saham, analisa laporan keuangan, bursa saham dan media publikasi keuangan. (Caywood, 1997:187)

Peneliti melihat fenomena yang tepat untuk menggambar

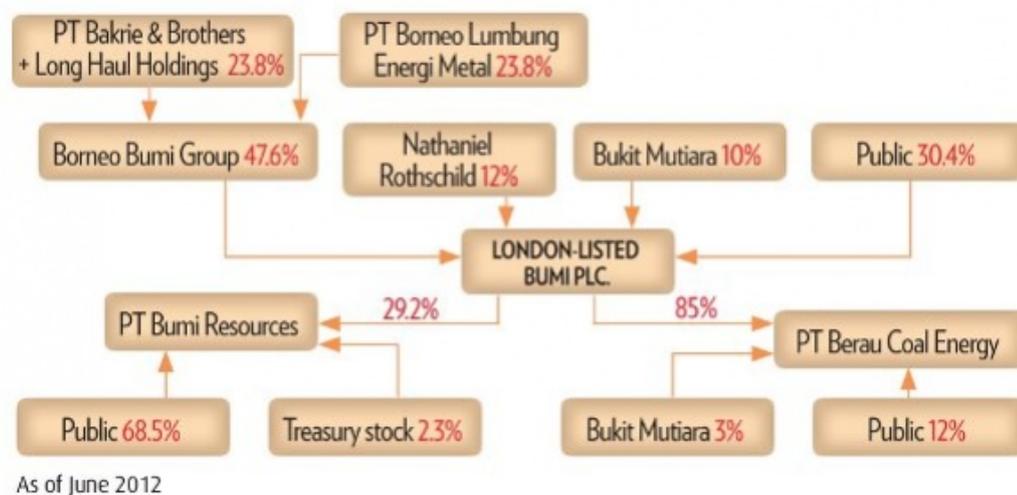
kan *investor relations* di salah satu perusahaan *go-public* di Indonesia, yaitu fenomena *investor relations* dalam menghadapi konflik internal di BUMI. Alasannya, peneliti memperhatikan adanya upaya *hostile takeover* yang dilakukan oleh salah satu pemegang saham *subsidiary* BUMI di London, yakni BUMI Plc. yang menyebarkan isu buruk tentang perusahaan kepada publik. Ia adalah Nathaniel Rothschild, salah satu keluarga bankir yang berpengaruh di Eropa. Rothschild juga memiliki *backing* media yang sangat kuat. Karena Rothschild adalah pemilik dari media finansial berkelas internasional yaitu, Financial Times, Herald Tribune dan Majalah Economist. Untuk itu, peneliti tertarik untuk meneliti komunikasi *investor relations* yang dilakukan oleh BUMI untuk menanggapi isu buruk yang beredar di kalangan investor, khalayak finansial dan publik luas.

Pada November 2010, *Bakrie Group* bersama Recapital Advisors melakukan *reverse takeover* dengan Nathaniel Rothschild. Dengan transaksi tersebut, *Bakrie Group* (47,8%) menjadi pemegang saham mayoritas diikuti dengan Recapital Advisors (13,1%) dan Rothschild (12%). Pada Oktober 2011, *Bakrie Group* membatalkan rencana akuisisi BUMI ResourceS Minerals kepada BUMI Plc senilai US\$ 2 miliar. Alasannya, *Bakrie Group* menilai situasi saat itu tidak kondusif untuk melakukan transaksi jual beli.

Karena harga komoditas saat itu sedang kurang baik. Untuk memenuhi kebutuhan dananya untuk membayar pinjaman jatuh tempo US\$ 1,34 miliar dari Credit Suisse, *Bakrie Group* menjual 27,8% kepemilikannya di BUMI Plc seharga US\$ 1 miliar. (<http://www.ft.com/intl/cms/s/0/384ca504-1871-11e2-80af-00144feabdc0.html#axzz30Ur612BT>; diakses 26 April 2014; pukul 22.23)

**Gambar 1.1 BUMI London Shareholder Structure**  
**Sumber: The Jakarta Post, 12 Oktober 2012**

### Owners of Bumi Plc.



Konflik di dalam internal perusahaan, diawali pada saat Rothschild yang memiliki 12% saham di BUMI Plc. Menyampaikan adanya mismanajemen dan kasus penyelewengan dana di anak perusahaan BUMI Resources. Akibat perbuatannya tersebut, Rothschild dipecat dari jabatannya dari co-chairman menjadi direktur non-eksekutif. (The Jakarta Post, 17 Oktober 2012)

Selain itu, Rothschild juga memasang iklan 1 halaman besar di koran Daily Telegraph edisi 15 Oktober. Dalam iklan SAVE BUMI tersebut, berisi ajakan untuk mengganti jajaran *top management* BUMI Plc. Dalam iklan

tersebut tertera situs web [www.savebumi.com](http://www.savebumi.com) yang memuat informasi mengenai penyimpangan dan kegagalan yang dilakukan oleh jajaran *top management* BUMI Plc.

Nat. Rothschild mengajukan tuntutan untuk mengganti 12 dari total 14 direksi BUMI Plc. Rothschild meminta dilakukannya perombakan direksi dan komisaris di BUMI Plc, karena Ia menilai *top management* BUMI Plc yang ada saat ini tidak bisa memberikan nilai tambah terhadap investor minoritas. Rothschild mengajukan dirinya sebagai direktur eksekutif dan Hashim Djohadikusumo sebagai direktur. Tuntutan pergantian direksi tersebut, merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh Rothschild untuk mengusir *Bakrie Group* dari BUMI ResourceS.

Untuk melawan upaya tersebut, *Bakrie Group* membuat rencana *buyback* saham BUMI ResourceS. *Buyback* tersebut dilakukan dalam dua langkah, pertama *Bakrie Group* akan melepas 23,8% kepemilikan saham di BUMI plc dan menukarnya dengan 10,3% saham BUMI Plc milik BUMI ResourceS. Lalu, sisa 18,9% dibayar tunai oleh *Bakrie Group* senilai US\$ 278 juta. Sebagai tanda jadi transaksi pada Mei 2013, *Bakrie Group* sudah melakukan pembayaran deposit sebesar US\$ 50 juta dan melunasi sisanya (US\$ 228 juta) lima hari setelah kesepakatan final.

Pada 21 Februari 2013 di Kompleks Angkatan Darat Kerajaan Inggris, Hoorable Artillery Company, London. Diadakan voting tertutup bagi para pemegang saham BUMI Plc. Hasilnya, mayoritas pemegang saham menolak keinginan Nat. Rothschild untuk mengganti 12 dari 14 anggota direksi. *Bakrie Group* meraih 63% suara dari hasil voting tersebut. Dengan demikian, BUMI Plc siap meneruskan rencana pemisahan yang diusulkan *Bakrie Group*. (*Menyalip di Tikungan Akhir*, Tempo 3 Maret 2013:96-97)

Selain melakukan upaya *buyback*, *Bakrie Group* melakukan perlawanan dengan mengalang opini dengan isu nasionalisme. *Bakrie Group* juga menjual 13,1% saham di BUMI Plc milik Recapital Advisory. Karena,

diketahui *Bakrie Group* dan *Recapital Advisory* merupakan perusahaan terafiliasi. Sehingga, jumlah hak voting *Bakrie Group* dan *Recapital Advisory* yang sebelumnya mencapai lebih dari 50%. Akibat terungkapnya fakta bahwa keduanya perusahaan terafiliasi. Maka, hak voting keduanya hanya mencapai 29,9%. Namun, dengan upaya penjualan saham milik *Recapital Advisory* tersebut ke beberapa perusahaan investasi, seperti *Avenue Luxemburg SARL*, *Argyle Street Management Limited* dan *Harry Tanoesoedibo* melalui *Flamming Luck Investment Ltd*. Hak voting keduanya perusahaan tersebut tidak dihitung sebagai suatu kesatuan lagi. (*Menyalip di Tikungan Akhir*, *Tempo* 3 Maret 2013:96-97)

Harga komoditas perusahaan batubara juga menjadi salah satu penyebab melemahnya saham BUMI. Harga batubara diproyeksikan terus menurun akibat prospeknya yang masih suram akibat impor dari China menyusut dan suplai komoditas berlebih. Pada tahun 2013, harga batubara menyentuh level US\$ 79,85 per MT. (*Kontan*, 3 Februari 2014:7)

Berdasarkan laporan tahunan BUMI, diketahui harga saham BUMI mencapai posisi tertingginya pada Rp. 8.400 per pada kuartal kedua tahun 2008. (Sumber: *Annual Report* PT. BUMI ResourceS, Tbk Tahun 2013)

Namun, akibat pemberitaan isu krisis finansial dan skandal bisnis tersebut, disertai kinerja keuangan yang terus menunjukkan penurunan dan berujung pada koreksi harga saham. Harga saham BUMI pada penutupan perdagangan saham periode 27-30 Januari 2014 ditutup pada level Rp. 333 per saham, dengan volume perdagangan sebanyak 149.451.000 saham. (*Kontan*, 3 Februari 2014:10)

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, hal menarik untuk diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana proses implementasi *investor relations* di PT. BUMI ResourceS, Tbk dalam menghadapi kasus konflik internal yang terjadi pada tahun 2012 hingga 2013?
2. *Tools investor relations* apa sajakah yang digunakan oleh PT. BUMI ResourceS, Tbk dalam menghadapi kasus konflik internal yang terjadi pada tahun 2012 hingga 2013?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui proses implementasi dan *tools investor relations* yang digunakan digunakan oleh PT. BUMI ResourceS, Tbk dalam menghadapi kasus konflik internal yang terjadi pada tahun 2012 hingga 2013?

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan gambaran mengenai pelaksanaan komunikasi *investor relations* pada perusahaan terbuka.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan masukan informasi secara praktis. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak lain dalam penyajian informasi, khususnya dalam pelaksanaan atau implementasi komunikasi *investor relations*.