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 2
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Berikut profil PT Indofood Sukses Makmur Tbk. sebagaimana yang termuat dalam *Annual Report* PT Indofood Sukses Makmur Tbk. tahun 2012.

2.1.1 Sejarah PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Sejarah PT Indofood Sukses Makmur Tbk. dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 2.1

Sejarah PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Sumber: *Annual Report* PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Tahun 2012

Tahun	Kegiatan
1990	Didirikan dengan nama PT Panganjaya Intikusuma.
1994	Berganti nama menjadi PT Indofood Sukses Makmur.
	Penawaran Saham Perdana sebanyak 763 juta saham dengan harga nominal Rp1.000,- per saham, tercatat di Bursa Efek Indonesia.
1995	Mengakuisisi pabrik penggilingan gandum Bogasari.
1996	Melaksanakan pemecahan saham dengan perbandingan 1:2.
1997	Mengakuisisi 80% saham perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan, agribisnis, serta distribusi.
	Melakukan penawaran umum terbatas dengan perbandingan 1:5. Total penambahan saham sebanyak 305,2 juta.
2000	Melaksanakan pemecahan saham dengan perbandingan 1:5.

Aktivitas divisi corporate..., Karen, FIKOM UMN, 2013

	Menerbitkan Obligasi Seri I sebesar Rp1 triliun.
2001	Menerima persetujuan atas rencana pembelian kembali saham dan pelaksanaan Employee Stock Ownership Plan (ESOP).
2002	Melaksanakan ESOP tahap I sebanyak 228,9 juta saham.
	Melakukan pembelian kembali saham sebanyak 915,6 juta saham.
	Menerbitkan Eurobonds sebesar US$280 juta.
2003	Melaksanakan ESOP tahap II sebanyak 58,4 juta saham.
	Menerbitkan Obligasi Seri II sebesar Rp1,5 triliun.
2004	Melaksanakan ESOP tahap III sebanyak 919,5 ribu saham.
	Menerbitkan Obligasi Seri III sebesar Rp1 triliun.
	Mengakuisisi 60% saham perusahaan kemasan karton.
2005	Membentuk perusahaan patungan dengan Nestlé.
	Mengakuisisi perusahaan perkebunan di Kalimantan Barat.
	Mengakuisisi Convertible Bonds yang diterbitkan oleh perusahaan perkapalan, setara dengan 90,9% kepemilikan saham.
2006	Melakukan pelunasan Eurobonds sebesar US$143,7 juta.
	Mengakuisisi 55,0% saham perusahaan perkapalan Pacsari Pte. Ltd.

Aktivitas divisi corporate..., Karen, FIKOM UMN, 2013

	Mengakuisisi beberapa perusahaan perkebunan di Kalimantan Barat.
2007	Mencatatkan saham Grup Agribisnis di Bursa Efek Singapura dan menempatkan saham baru.
	Menerbitkan Obligasi Seri IV sebesar Rp2 triliun.
	Menambah sebesar 35% kepemilikan saham perusahaan perkapalan Pacsari Pte. Ltd. menjadi 90% kepemilikan.
	Mengakuisisi 60% kepemilikan saham di perusahaan perkebunan Rascal Holding Limited.
	Partisipasi dalam pengeluaran saham baru PT Mitra Inti Sejati Plantation dan memiliki sebesar 70% kepemilikan.
	Mengakuisisi 64,41% kepemilikan saham PT PP London Sumatra Indonesia Tbk.
2008	Partisipasi dalam pengeluaran saham baru PT Lajuperdana Indah dan memiliki sebesar 60% kepemilikan.
	Menjual kembali 251.837.500 lembar treasury stock dan menarik kembali 663.762.500 lembar treasury stock.
	Mengakuisisi 100% saham Drayton Pte. Ltd. yang memiliki secara efektif 68,57% saham di PT Indolakto, sebuah perusahaan dairy terkemuka.
	Mengakuisisi 100% saham di beberapa perusahaan perkebunan yang memiliki fasilitas bulking.
2009	Menerbitkan Obligasi Seri V sebesar Rp1,6 triliun.
	Grup Agribisnis menerbitkan Obligasi Rupiah Seri I sebesar Rp452 miliar dan Sukuk Ijarah I sebesar Rp278 miliar.
	Memulai proses restrukturisasi internal Grup CBP melalui pembentukan PT Indofood CBP Sukses Makmur (ICBP) dan pemekaran kegiatan usaha mi instan dan bumbu yang diikuti dengan penggabungan usaha seluruh anak perusahaan di Grup Produk Konsumen Bermerek (CBP), yang seluruh sahamnya dimiliki oleh Perseroan, ke dalam ICBP.

Aktivitas divisi corporate..., Karen, FIKOM UMN, 2013

2010	Menyelesaikan restrukturisasi internal Grup CBP melalui pengalihan kepemilikan saham anak perusahaan di Grup CBP dengan jumlah kepemilikan kurang dari 100% ke ICBP dan melakukan Penawaran Saham Perdana yang dilanjutkan dengan pencatatan saham ICBP di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 7 Oktober 2010.
	Meningkatkan kepemilikan saham Pacsari Pte. Ltd. sebesar 10% menjadi 100% kepemilikan.
2011	SIMP, anak perusahaan langsung dan tidak langsung Perseroan, melaksanakan IPO yang diikuti dengan pencatatan saham di BEI pada tanggal 9 Juni 2011.

PT Indofood Sukses Makmur Tbk. mulai mencatatkan dirinya sebagai perusahaan terbuka semenjak tahun 1994. Sejak saat itu, harga dan jumlah saham perusahaan terus menunjukkan peningkatan. Hal ini didukung dengan semakin berkembangnya anak usaha, yang sebagian besar berasal dari proses akuisisi. Pada tahun 2009, PT Indofood Sukses Makmur Tbk. melakukan restrukturisasi internal untuk memperjelas kegiatan bisnis yang mereka lakukan. Saat ini, tercatat empat kegiatan bisnis yang dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk. : *Consumer Branded Products Group*, *Bogasari Group*, *Agribusiness Group*, dan *Distribution Group*.

2.1.2 Visi, Misi, dan Nilai PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Visi, misi, dan nilai PT Indofood Sukses Makmur Tbk. tertanam dan berlaku sama bagi seluruh anak usaha perusahaan. Visi, misi, dan nilai tersebut dikemas sebagai berikut:

2.1.2.1 Visi

A Total Food Solutions Company

2.1.2.2 Misi

a) Memberikan solusi atas kebutuhan pangan secara berkelanjutan.
b) Senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi, dan teknologi.

Aktivitas divisi corporate..., Karen, FIKOM UMN, 2013

c) Memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan.

d) Meningkatkan *stakeholders' values* secara berkesinambungan.

2.1.2.3 Nilai

"Dengan **disiplin** sebagai falsafah hidup; Kami menjalankan usaha kami dengan menjunjung tinggi **integritas**; Kami **menghargai** seluruh pemangku kepentingan dan secara bersama-sama membangun **kesatuan** untuk mencapai **keunggulan** dan **inovasi** yang berkelanjutan."

2.1.3 Kelompok Usaha PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Indofood memperoleh manfaat dari ketangguhan model bisnis perusahaan yang terdiri atas empat Kelompok Usaha Strategis (Grup) yang saling melengkapi:

a) Produk Konsumen Bermerek (*Consumer Branded Products*)

Kegiatan usaha CBP dilaksanakan oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. (ICBP) yang sahamnya tercatat di BEI sejak tanggal 7 Oktober 2010. ICBP merupakan salah satu produsen makanan dalam kemasan terkemuka di Indonesia yang memiliki berbagai jenis produk makanan dalam kemasan. Berbagai merek produk ICBP merupakan merek-merek yang terkemuka dan dikenal di Indonesia untuk kategori makanan dalam kemasan.

b) Bogasari

Bogasari memiliki kegiatan usaha utama memproduksi tepung terigu dan pasta. Kegiatan usaha Grup ini didukung oleh unit perkapalan dan kemasan.

c) Agribisnis

Kegiatan operasional di bidang agribisnis dijalankan oleh PT Salim Ivomas Pratama Tbk. (SIMP) dan PT PP London Sumatra Indonesia Tbk. (Lonsum) yang sahamnya tercatat di BEI, serta merupakan anak perusahaan Indofood Agri Resources Ltd. (Indoagri) yang sahamnya tercatat di Bursa Efek Singapura. Kegiatan usaha utama Grup ini

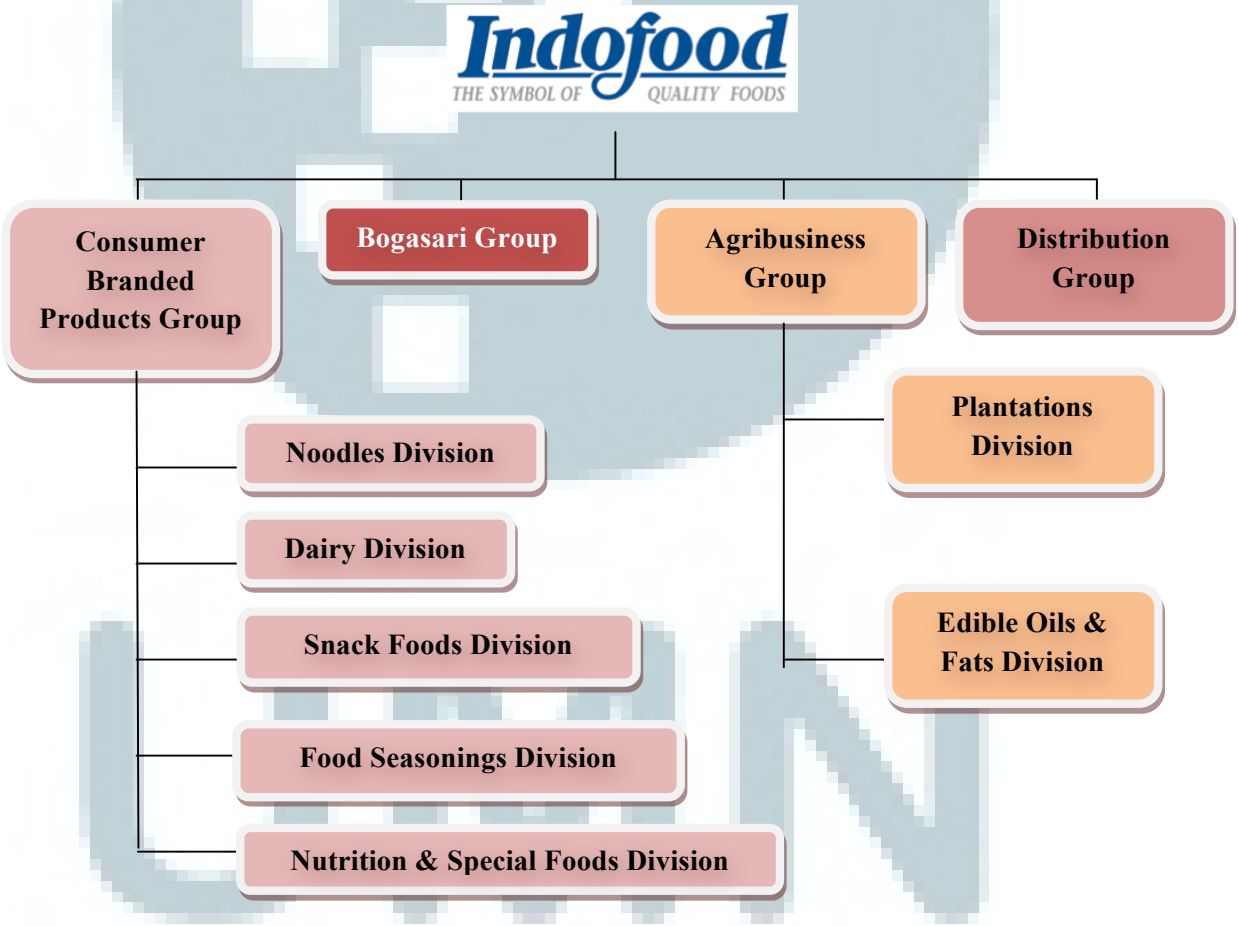
Aktivitas divisi corporate..., Karen, FIKOM UMN, 2013

meliputi penelitian dan pengembangan, pembibitan, pemuliaan, dan pengolahan kelapa sawit hingga produksi dan pemasaran minyak goreng, margarin, dan *shortening* bermerek. Di samping itu, kegiatan usaha Grup ini juga mencakup pemuliaan dan pengolahan karet, tebu, serta tanaman lainnya.

d) Distribusi

Memiliki jaringan distribusi yang paling luas di Indonesia. Grup ini mendistribusikan hampir seluruh produk konsumen Indofood dan anak-anak perusahaannya, serta berbagai produk pihak ketiga.

2.1.4 Struktur Bisnis PT Indofood Sukses Makmur Tbk.



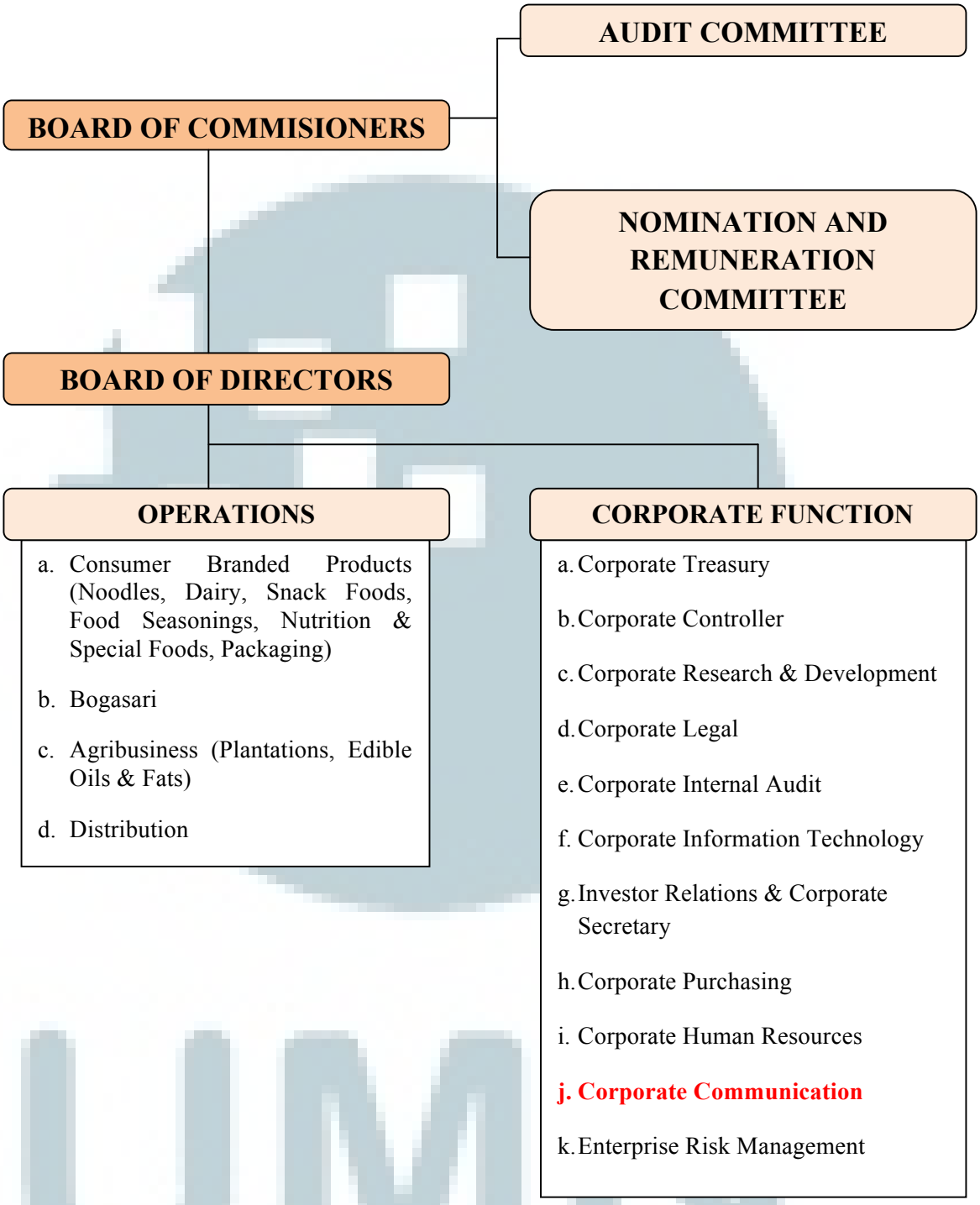
Bagan 2.1

Struktur Bisnis PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Sumber : *Annual Report* PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Tahun 2012

Aktivitas divisi corporate..., Karen, FIKOM UMN, 2013

2.1.5 Struktur Manajemen PT Indofood Sukses Makmur Tbk.



Bagan 2.2

Struktur Manajemen PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Sumber : *Annual Report* PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Tahun 2012

Aktivitas divisi corporate..., Karen, FIKOM UMN, 2013

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi *Corporate Communication*

Corporate Communication merupakan sebuah divisi yang posisinya berada tepat di bawah *Board of Director* dan bertugas untuk mendukung keberlangsungan hidup perusahaan secara jangka panjang. Aktivitas divisi *Coporate Communication* merupakan aktivitas strategis yang berhubungan langsung dengan segala bentuk komunikasi internal maupun eksternal.

2.2.1 Visi dan Misi *Corporate Communication*

Berikut adalah visi dan misi *Corporate Communication*:

2.2.1.1 Visi

Menjadi mitra kerja strategis dari pihak manajemen PT Indofood Sukses Makmur Tbk. untuk menjaga reputasi perusahaan secara berkesinambungan.

2.2.1.2 Misi

a) Mengembangkan kredibilitas dan meningkatkan *image* Indofood *Groups* dengan melakukan kegiatan *Corporate Communication* yang efektif kepada seluruh *stakeholders*.
b) Meningkatkan, menjaga, dan mengelola *image* perusahaan.
c) Menjalin hubungan yang baik dengan seluruh *stakeholders* untuk mendukung kelangsungan hidup perusahaan secara jangka panjang.
d) Memperkuat komunikasi internal untuk meningkatkan rasa persatuan antar divisi dan anak usaha.
e) Menyiapkan manajemen risiko.

2.2.2 Tujuan *Corporate Communication*

Tujuan *Corporate Communication* terbagi ke dalam empat poin utama:

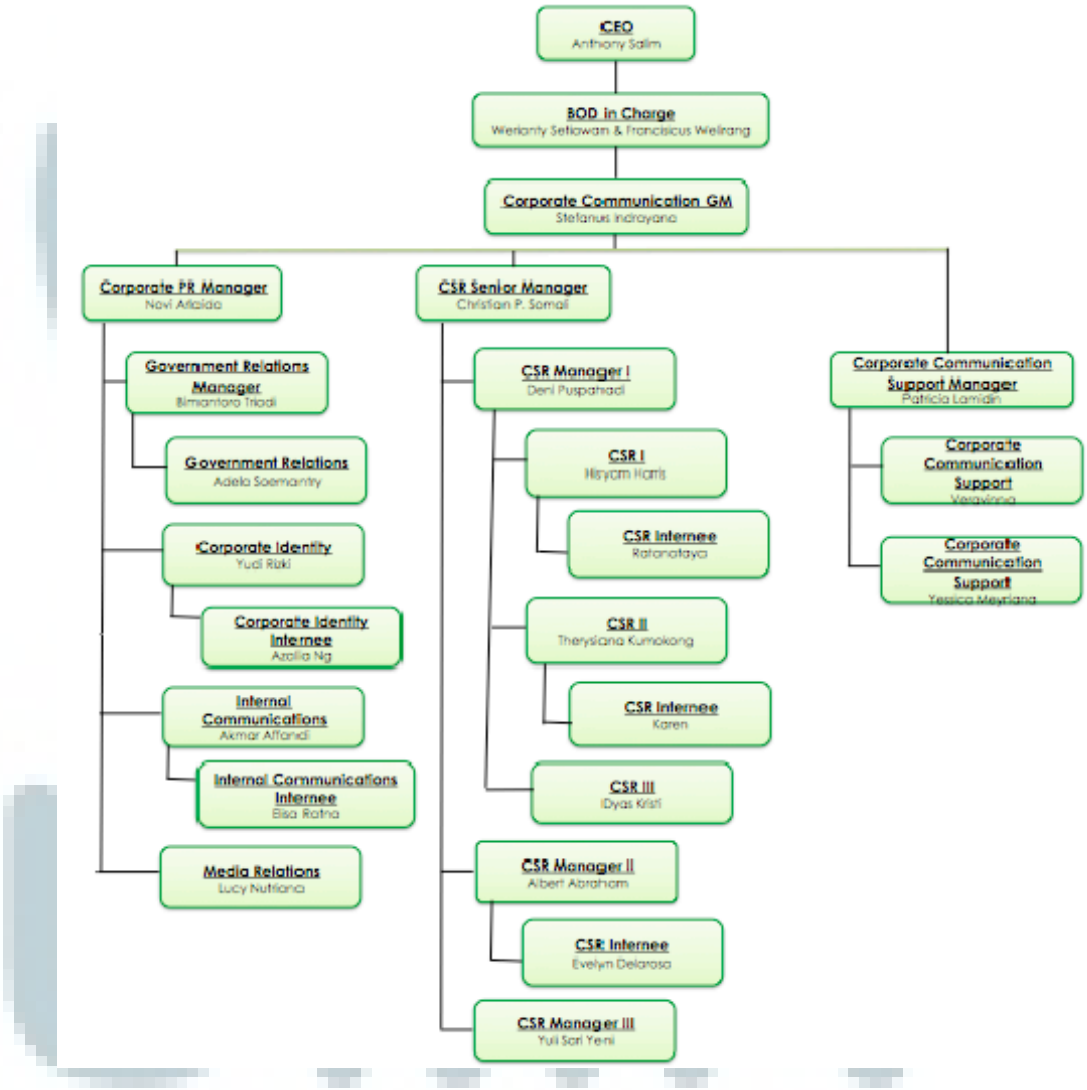
a) Membentuk *corporate and brand image* yang kuat untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang perusahaan.
b) Menjalin hubungan yang efektif dengan para *stakeholders*.
c) Menciptakan *corporate image and reputation* yang semakin positif.

Aktivitas divisi corporate..., Karen, FIKOM UMN, 2013

d) Membentuk nilai-nilai yang positif melalui aktivitas *Corporate Social Responsibility*.

2.2.3 Struktur Organisasi *Corporate Communication*

Corporate Communication dipimpin oleh seorang *General Manager* yang bertanggung jawab langsung kepada pimpinan perusahaan yang ditunjuk (*BOD in Charge*). *Corporate Communication* sendiri terbagi lagi ke dalam tiga fungsi / bagian: *Public Relations*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Corporate Communication Support*.



Bagan 2.3

Struktur Organisasi *Corporate Communication Division*

Sumber : *Portal Internal Corporate Communication* dengan Olahan Sendiri Tahun 2013

Aktivitas divisi corporate..., Karen, FIKOM UMN, 2013

2.2.4 Fungsi Bagian-bagian *Corporate Communication*

PT Indofood Sukses Makmur Tbk. memandang *Corporate Social Responsibility* dan *Public Relations* sebagai dua fungsi yang berbeda. Oleh karena itu, kegiatan dari kedua fungsi ini dipisah ke dalam dua departemen. Walaupun begitu, keduanya tetap sama-sama berada di bawah naungan divisi *Corporate Communication*. Ditambah dengan aktivitas *Corporate Communication Support*, maka divisi *Corporate Communication* pun menjadi memiliki tiga departemen.

2.2.4.1 *Public Relations*

Public Relations Department yang dikepalai oleh seorang *Corporate Public Relations Manager* terbagi ke dalam empat fungsi yang lebih spesifik lagi.

a) *Government Relations*

Aktivitas yang dilakukan oleh *Government Relations* meliputi seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan hubungan positif antara PT Indofood Sukses Makmur Tbk. dengan pemerintah pusat serta daerah. Aktivitas yang dilakukan dimulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan.

b) *Corporate Identitiy*

Corporate Identitiy memiliki peran untuk membangun identitas perusahaan di setiap *tools* perusahaan agar perusahaan dapat dikenali dengan lebih cepat dan mudah. Identitas ini antara lain berupa desain dalam materi publikasi, *event*, dan lain sebagainya.

c) *Internal Communication*

Internal Communicaiton bertugas membangun dan menjalin komunikasi dalam pihak internal organisasi. Jenis kegiatan yang dilakukan utamanya berbentuk *event-event* internal, penulisan dan pembuatan Media Indofood sebagai *inhouse*

Aktivitas divisi corporate..., Karen, FIKOM UMN, 2013

magazine, penyebarluasan berita atau informasi melalui intranet, pengelolaan portal internal, dan sebagainya.

d) *Media Relations*

Media Relations bertugas menjalin hubungan baik dengan media, memantau isu-isu di media yang berkaitan dengan perusahaan, serta membantu perusahaan dalam melakukan publikasi di media.

2.2.4.2 *Corporate Social Responsibility*

Lingkup kerja departemen CSR yang dikepalai oleh seorang CSR *Senior Manager* dikelompokkan berdasarkan lima pilar CSR yang menjadi landasan CSR PT Indofood Sukses Makmur Tbk.: *Building Human Capital, Protecting the Environment, Solidarity for Humanity, Strengthening Economic Value,* dan *Outreaching to the Community.*

Gambar 2.1

Lima Pilar *Corporate Social Responsibility* PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Sumber : *Internal Slide Presentation* oleh CSR *Supervisor*

Aktivitas divisi corporate..., Karen, FIKOM UMN, 2013

Agar kelima pilar tersebut dapat berjalan dengan baik dan konsisten, maka dibuatlah alokasi bidang untuk setiap *Manager* dan *Supervisor* departemen *CSR*. *CSR Manager* I bertugas untuk menangani *Building Human Capital*, *Solidarity to Humanity*, dan *Outreaching to Community*. *CSR Manager* II bertugas menangani *Strengthening Economic Value*. Sementara itu, *CSR Manager* III bertugas menangani bidang *Protecting the Environment*.

Sesuai dengan bidangnya, para *Manager* serta *Supervisor* CSR *Department* akan menyelenggarakan berbagai kegiatan *Corporate Social Responsibility* untuk memenuhi aspek tanggung jawab yang mereka pikul.

2.2.4.3 *Corporate Communication Support*

Selain fungsi *Public Relations* dan *Corporate Social Responsibility*, terdapat satu fungsi lagi di dalam *Corporate Communication*. Fungsi tersebut adalah *Corporate Communication Support* yang bertugas mendukung setiap aktivitas yang dilakukan oleh seluruh karyawan dalam divisi *Corporate Communication*.

Kegiatan yang dilakukan oleh *Corporate Communication* antara lain yaitu memantau *budget* kegiatan, mengorganisir dan merekapitulasi setiap laporan kegiatan yang telah dilaksanakan, menerima proposal dari pihak eksternal, dan lain sebagainya.

Seluruh anggota divisi *Corporate Communication* pada dasarnya melakukan pekerjaan-pekerjaan ini. Namun, mereka yang benar-benar berada di bawah departemen *Corporate Communication Support* yang akan menyatukan semuanya hingga menjadi sebuah laporan utuh.

Aktivitas divisi corporate..., Karen, FIKOM UMN, 2013