



### **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**

Pertumbuhan ekonomi Indonesia baik dari segi makro maupun mikro masih di angka yang relatif cukup stabil. Sebagaimana dikutip melalui artikel online pada harian Kompas mengenai hasil pertumbuhan dinilai melebihi target pemerintah pada kuartal I di tahun-tahun sebelumnya yakni mencapai 5,06%. Dari data disimpulkan bahwa angka tersebut berasal dari tingginya penerimaan pajak kepada pemerintah dan kepastian hukum yang kuat. Hal inilah yang mengindikasikan bahwa makin membaiknya iklim bisnis di masa sekarang dengan bukti banyaknya jumlah perusahaan yang *go public*.

Saat ini ada 594 perusahaan yang sudah *go public*. Dari tahun ke tahun jumlah tersebut makin meningkat, termasuk perusahaan pada sektor transportasi. Sebagaimana pada pembaharuan data per tanggal 19 Juli 2018 pada website Bursa Efek Indonesia, sudah tercatat ada 42 perusahaan yang *go public*.

Sesuai peraturan, seluruh perusahaan terbuka wajib membuka informasi seputar perusahaannya. Transparansi menjadi kunci bagi perusahaan terbuka agar makin dipercaya oleh investor. Sebagaimana menjadi sebuah kewajiban perusahaan untuk menyampaikan

perkembangan harga saham dan informasi perusahaan kepada publik melalui salah satu divisi fungsi komunikasi dalam struktur organisasi . Untuk itulah perusahaan mendirikan suatu fungsi, yakni *Investor Relations* (IR).

Fungsi *Investor Relations* di perusahaan pada awalnya dianggap sebelah mata karena masih terpaku pada kegiatan pemasaran dan ketidaktahuan perusahaan akan pentingnya komunikasi dan informasi terus menerus kepada investor. Oleh karena itu hubungan investor (*Investor Relation-IR*) muncul sebagai bagian yang tumbuh paling pesat dari fungsi komunikasi korporat dari sebuah area kepentingan yang intens pada seluruh perusahaan.

Menurut *National Investor Institute* (NIRI) dalam *Investor Relations* adalah “kegiatan pemasaran korporat yang menggabungkan disiplin komunikasi dan pemasaran untuk memberikan gambaran yang tepat mengenai kinerja dan prospek perusahaan kepada para investor dan calon investor (Morrisan, 2008, p.28). *Public Relations Society of America Financial Reports*, juga menjelaskan bahwa *Investor Relations* sebagai fungsi penyebaran informasi punya andil dalam memengaruhi pengertian pemegang saham dan investor secara umum mengenai posisi keuangan dan prospek perusahaan, serta sebagai jembatan dalam memperbaiki hubungan antara perusahaan dan pemegang saham.

Kemunculan *Investor Relations* (IR) di Indonesia memegang peran penting saat ini dalam membangun persepsi positif dan meredam isu-isu

negatif yang memengaruhi harga saham di pasar modal. Ketika perusahaan berjuang untuk memaksimalkan nilai pemegang saham, mereka harus tetap mengkomunikasikan kemajuan perusahaan terhadap tujuan utama perusahaan kepada publik yang berinvestasi. Meskipun masih dianggap sebagai profesi baru di perusahaan, namun dampaknya sangat berpengaruh bagi perusahaan yakni akan kenaikan IHSG dan transaksi jual beli saham di pasar modal.

Di awal tahun 2018, pergerakan indeks harga saham menunjukkan arah positif dan dibuka menguat. Data berdasarkan Bursa Efek Indonesia yang tertulis pada berita online, yakni antaranews perdagangan bursa saat dibuka berhasil mencapai level positif 6.336,08 atau naik 10,24 poin ketika di tahun 2017. Sebelumnya, pada penutupan perdagangan saham, penutupan IHSG pada September 2018 berhasil menguat di zona hijau 47,34 poin atau 0,80% ke level 5.976,55.

Peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pasar modal mendorong investor domestik atau lokal semakin aktif bertransaksi saham di pasar modal. Transaksi saham tersebut ditopang dari jumlah investor domestik 50% di pasar modal Indonesia. Keikutsertaan investor lokal ini didominasi sekitar 700 ribu orang, padahal sebelumnya hanya 16% atau kurang lebih 600 ribu. Berbeda dengan penambahan investor asing yang hanya sekitar 40 sampai 45%. Selain itu dengan adanya program pendalaman edukasi pengetahuan tentang pasar modal yang dilakukan pihak OJK, KPEI, KSEI dan BEI melalui adanya sekolah pasar modal,

penambahan Desa Nabung Saham, penambahan Galeri Investasi, kerja sama dengan emiten untuk edukasi investasi pada karyawannya, dan pembukaan galeri investasi di pasar-pasar tradisional inilah diharapkan dapat menarik jumlah investor lokal yang semakin banyak.

Hal ini menjadi sebuah tantangan bagi *Investor Relations Officer* selanjutnya disebut ke depannya IRO untuk mempersiapkan dan dapat menciptakan pengertian serta edukasi yang lebih baik lagi kedepannya bagi investor tentang bisnis perusahaan dan nilai-nilai yang didukung oleh organisasi. Selain itu, IRO juga dituntut untuk mampu menerjemahkan data keuangan yang rumit dengan bahasa yang sederhana, sehingga dapat mudah dimengerti oleh para investor.

Dari 42 perusahaan terbuka sektor transportasi di Indonesia, salah satu diantaranya adalah BUMN bernama PT Garuda Indonesia (Perseroan), Tbk. Selaku perusahaan publik, Garuda Indonesia tercatat dengan kode emiten Sebagai satu-satunya perusahaan maskapai penerbangan yang berstatus *go public* di Indonesia, Garuda Indonesia mempunyai rangkaian lengkap dalam jasa layanan angkutan udara mencakup angkutan udara niaga berjadwal dan tidak berjadwal dalam dan luar negeri, reparasi dan pemeliharaan pesawat udara, penunjang operasional angkutan udara meliputi katering dan *groundhandling*, layanan sistem informasi industri penerbangan, layanan pendidikan dan pelatihan industri penerbangan, serta layanan kesehatan.

PT Garuda Indonesia merupakan BUMN strategis yang memutuskan untuk *go public* sesuai dengan anjuran Badan Otoritas Jasa Keuangan atau OJK. OJK mendorong perusahaan BUMN untuk melepas sahamnya ke publik melalui penawaran umum perdana saham atau *Initial Public Offering* (IPO). Sebab, sebagian perusahaan plat merah memiliki nilai yang besar dan dianggap mampu mengangkat likuiditas pasar modal.

Dengan status perusahaan publik adapun susunan kepemilikan saham Garuda secara rinci disajikan dengan struktur pembagian saham terambil dari data yang dicatatkan pada *Annual Report* tahun 2017, yakni Pemerintah Republik Indonesia (69,14%), investor domestik (24,34%), investor internasional (6,12%), dan karyawan (0,4%). Selama kurang lebih 68 tahun berdiri Garuda Indonesia berhasil mendukung perekonomian negara, selain membawa nama Indonesia kepada dunia. Untuk kedepannya selain di Indonesia, Garuda Indonesia juga nantinya akan melakukan *global bond* atau menjual saham mereka melalui Bursa Saham Singapura.

Kiprahnya sebagai maskapai *flag carrier*, Garuda Indonesia tidak pernah berpuas diri dan semakin termotivasi untuk menjadi perusahaan maskapai nasional nomor satu di Indonesia. Dalam praktik kerjanya, PT Garuda Indonesia mendapati isu yang sempat memengaruhi kinerja perusahaan. Salah satu kasus viral yang sempat mempengaruhi keuangan perusahaan yakni gugatan seorang penumpang kepada maskapai Garuda Indonesia akibat kelalaian salah seorang pramugari yang tidak sengaja menumpahkan air panas ditambah yang baru sekarang ini adalah ancaman

aksi pemogokan kerja dari serikat karyawan Garuda bersama asosiasi pilot Garuda. Hal ini dinilai menjadi resiko operasional perusahaan akibat kesalahan manusia atau SDM dan tidak adanya titik temu solusi untuk mengembalikan kinerja manajemen sehingga hal ini sangat memengaruhi operasional perusahaan.

Kondisi ini sempat membuat harga saham Garuda Indonesia turun, dimana pada awal Maret 2017 harga saham menyentuh Rp 320,- per lembar saham. Namun karena ramainya pemberitaan kasus ini di media, harga saham GIAA pada penutupan turun sekitar 7,5%. Terlihat dari grafik, harga per lembar saham Garuda Indonesia turun sampai pada angka Rp 294,-.

**Gambar 1.1** Grafik Harga Saham dan Volume Perdagangan Garuda Indonesia di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2017-2018)



(Sumber: Website Bursa Efek Indonesia/ Agustus 2018)

Hal ini bukanlah angka penurunan yang kecil bila dilihat dari sudut pandang investor saham, namun pada akhirnya Garuda Indonesia sebagai perusahaan BUMN membuktikan dengan memproses tuntutan tersebut dengan memanggil karyawan terkait dan selain itu diadakan RUPS

luarbiasa dimana agenda utamanya yakni penggantian jajaran direksi sesuai dengan kesepakatan bersama antara pihak manajemen dan karyawan Garuda. Dan dari sinilah, Garuda Indonesia dipandang oleh investor dan pemegang saham mempunyai kinerja dan prospek positif kedepannya. Sehingga mungkin dapat mengembalikan kepercayaan mereka untuk melakukan transaksi saham kepada Garuda Indonesia.

Keberhasilan Garuda Indonesia dalam mengatasi isu berdampak akan kesadaran Garuda Indonesia bahwa peran Unit *Investor Relations* PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. penting. Yang mana sebagai jembatan komunikasi bagi investor kedepannya harus lebih menyadari dalam menggunakan prinsip transparansi atau keterbukaan. Dimana BUMN merupakan perusahaan yang memiliki peminat investor lebih banyak, juga dianggap sebagai tempat yang paling aman untuk berinvestasi.

Kinerja positif Unit *Investor Relations* membuahkan hasil di saat PT Garuda Indonesia (Persero),Tbk, meraih penghargaan internasional dua tahun berturut-turut sebagai “*Best Investor Relations Company*” untuk kategori “*Best in Country – Indonesia*”, “*Most Progress in IR*”, “*Best Overall Investor Relations*”. Penghargaan ini diberikan oleh perwakilan

Thailand *Stock Exchange* dalam ajang “*Investor Relations Magazine Awards South East Asia 2016.*” di Bangkok, Thailand. Melalui kinerja positif yang membuahkan hasil inilah, maka kepercayaan dan tingkat loyalitas dari investor maupun pemegang saham meningkat kepada perusahaan.



Untuk itulah peneliti tertarik mendalami penelitian dengan menulis skripsi berdasarkan pemaparan di atas berjudul “Program Komunikasi *Investor Relations* Berbasis *Tactic Driven* dalam Mempertahankan Loyalitas dengan mengambil studi kasus pada perusahaan PT Garuda Indonesia (Persero), Tbk.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, peneliti berpikir tentang adanya prospek bisnis Garuda Indonesia yang masih positif kedepannya dengan diterapkannya *Tactic Driven* dari Steven M.Bragg untuk program komunikasi *Investor Relations*. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Program Komunikasi yang dijalankan *Investor Relations* Garuda Indonesia dengan penerapan *Tactic Driven* dalam membangun kepercayaan dan mempertahankan loyalitas investor.

## **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Adapun pertanyaan penelitian ini terpilah menjadi dua pertanyaan, yaitu:

- 1) Bagaimana program komunikasi *Investor Relations* yang dijalankan oleh Garuda Indonesia kepada investor?
- 2) Bagaimana cara *Investor Relations* Garuda Indonesia untuk membangun kepercayaan dan mempertahankan loyalitas investor perusahaan?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat dua tujuan utama. Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

- 1) Untuk mengetahui program komunikasi yang dijalankan oleh *Investor Relations* (IR) Garuda Indonesia.
- 2) Untuk mengetahui peran IR Garuda Indonesia dalam menumbuhkan kepercayaan dan mempertahankan loyalitas investor perusahaan.

#### **1.5. Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1. Kegunaan Akademis**

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengetahuan tentang *Investor Relations* (IR) dari sisi program komunikasi untuk membangun kepercayaan dan mempertahankan loyalitas investor.

##### **1.5.2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna bagi perusahaan PT Garuda Indonesia serta bagi perusahaan terbuka lainnya dalam menentukan program komunikasi Unit *Investor Relations* (IR) yang tepat, efektif dan efisien untuk membangun kepercayaan dan mempertahankan loyalitas investor.

## 1.6. Keterbatasan Penelitian

Objek penelitian ini terbatas pada Unit *Investor Relations* di PT Garuda Indonesia (Persero), Tbk. Dan peneliti hanya meneliti mengenai program komunikasi untuk membangun kepercayaan dan mempertahankan loyalitas investor berdasarkan basis *Tactic Driven*. Oleh karena itu, responden wawancara terpilih sebagai *key informan* maupun informan hanya sebatas kaitannya dengan ruang lingkup investor, calon investor dan pemegang saham perusahaan.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA