



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Gunung Sewu Group merupakan perusahaan yang menjalankan aktivitas bisnisnya pada perdagangan komoditas, perusahaan ini dibentuk sejak 1953 oleh Dasuki Angkosubroto (Go Soei Kie). Perusahaan ini menjalankan bisnisnya secara diversifikasi, seperti *foods, insurance, property, manufacturing*, dan bisnis baru lainnya. Penulis melakukan praktek kerja magang di salah satu sektor bisnis dari Gunung Sewu Group, yaitu di sektor *foods*.

PT. Great Giant Pineapple (Great Giant Foods)



Sumber: Great Giant Foods

PT. Great Giant Pineapple atau dikenal dengan *brand* Great Giant Foods merupakan perusahaan makanan dan agribisnis terbesar di Indonesia. Perusahaan ini memulai bisnisnya pada sektor perkebunan dengan mengelola perkebunan nanas dan pabrik pengalengan

nanas. Produk yang ditawarkan berupa irisan nanas, potongan nanas, nanas yang sudah dihancurkan, dan jus sari nanas. Perusahaan telah memulai ekspor nanas pertama kali sejak tahun 1984, dan selalu berkembang setiap tahunnya dengan memperluas jalur ekspor hingga ke 63 negara dari 5 benua. Selain merambah dalam pasar buah nanas, GGF juga memulai untuk memasuki pasar buah pisang. Lokasi perusahaan dan perkebunan seluas 32.000 Ha terletak di Provinsi Lampung, Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung Tengah. Perusahaan ini memiliki cabang di Jakarta (tempat Penulis melakukan kegiatan magang) tepatnya di Sequis Tower lvl 39-40, Jl. Jend. Sudirman kav. 71, SCBD lot 11B, Jakarta (tempat penulis melakukan kegiatan magang).

PT. Great Giant Pineapple (Great Giant Foods) memiliki beberapa unit bisnis antara lain:

1. Great Giant Pineapple (1979)



Perusahaan eksportir buah pisang dan nanas (*brand Duta*) terbesar di Indonesia. Produk berupa potongan nanas, nanas yang sudah dihancurkan, dan jus sari nanas serta ekspor buah pisang maupun keripik pisang.

2. Great Giant Livestock (1990)



Perusahaan peternakan sapi terbesar ketiga di Indonesia menghasilkan produk *meat* (Bonanza) dan *milk* (Hometown). Produk didistribusikan ke supermarket ternama seperti Ranchmarket, Lottemart, dan Foodhall.

3. Umas Jaya Agrotama (1973)



Perusahaan yang bergerak di bidang produksi tepung tapioca untuk bahan makanan dan minuman serta di bidang industri *pulp and paper*.

4. Sierad Produce Tbk. (1985)



Perusahaan makanan yang berbasis unggas (*brand Belfoods*), perusahaan juga mengelola dari peternakan ayam hingga pemotongan ayam. Produk didistribusikan ke supermarket yang ada di Indonesia.

5. Sewu Segar Nusantara (1995)



Perusahaan pengelola buah – buahan (*brand Sunpride*) yaitu buah nanas, pisang, dan jambu yang distribusinya terbesar di Indonesia. Pasar Sunpride sudah meluas hingga keseluruhan supermarket maupun minimarket.

6. Nusantara Segar Abadi (2015)



Perusahaan yang menjadi produsen utama untuk pisang Cavendish dan berlokasi di Blitar, Jawa Timur.

7. Sewu Segar Primatama (2013)



Perusahaan minuman jus dengan bahan dasar buah – buahan (*brand Re.Juve*), dengan menjadi pelopor jus premium (*cold pressed juice*) di Indonesia. Proses produksi jus premium menggunakan mesin hidrolik.

8. Bromelain Enzyme (2011)



Perusahaan yang mengelola bonggol nanas menjadi bromelain (enzim pencerna protein) yang nantinya di ekspor ke negara – negara lain.

2.1.1 Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Perusahaan

Great Giant Foods memiliki landasan “**Making Food Great for the World’s Growing Population**” yang berarti menjadi perusahaan yang mampu memberikan kontribusi bagi penduduk di dunia dengan cara membuat atau mengelola makanan dengan berkualitas (*great*). Hal ini dapat dicapai dengan sebuah misi “**From Cultivation to Consumption, Great Giant Foods is a farmer-friendly, vertically integrated foods company committed to Making Food Great for everyone**” dengan arti GGF menjadi perusahaan yang menyediakan dan mengelola komoditas pertanian dan perkebunan yang ramah lingkungan dengan tujuan untuk menyediakan produk yang dapat dikonsumsi. Dalam pemenuhan misi tersebut GGF menerapkan Tridharma perkebunan yaitu:

1. Manajemen 3K (Kebersamaan, Keterbukaan, Keteladanan)
2. Budaya Kerja 3T (Tata, Tertib, Tanggung Jawab)
3. Etos Kerja 3P (Peka, Peduli, Patuh)



Sumber: <https://www.gunungsewu.com/about-us/growth-values-and-visions> , data diolah penulis

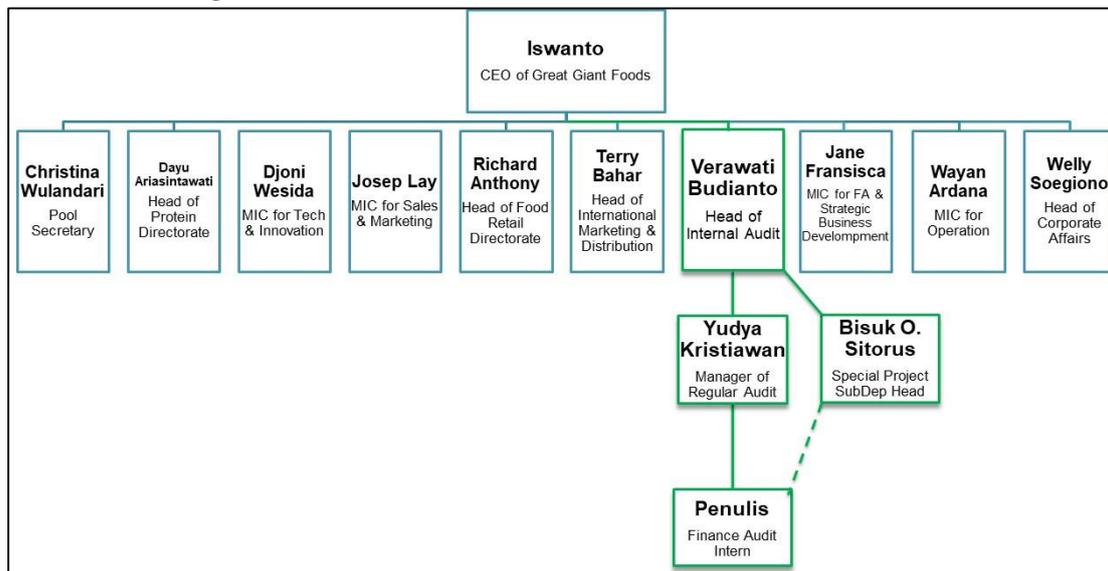
Gambar 2.1 Nilai-Nilai Perusahaan

Dalam menjalankan proses bisnis, Great Giant Foods menerapkan nilai – nilai perusahaan yang sesuai dengan *growth values* dari Gunung Sewu Group, antara lain :

1. **Collaboration**, berarti melakukan pekerjaan bukan secara individu namun dengan *team player*, sehingga saling menghormati pendapat dan kontribusi yang diberikan dalam tim. Nilai ini membangun semangat kerja, loyalitas, dan komitmen dalam tim.
2. **Clear Thinking**, berarti membangun komunikasi secara terbuka antar anggota dalam tim agar dapat menemukan sebuah jalan keluar yang solutif dari permasalahan yang kompleks.

3. **Creativity & Courage**, berarti menghasilkan ide baru dan inovatif dengan cara beradaptasi dengan perubahan yang ada. Nilai ini harus didasari dengan keberanian untuk membangun dan mengimplementasikan kreativitas.
4. **Expertise**, berarti menumbuhkan rasa untuk selalu mengembangkan pengetahuan dan pengalaman secara terus menerus (*continuously develops self*).
5. **External Focus**, berarti berfokus pada kepuasan konsumen untuk memperoleh kesuksesan perusahaan dengan kemampuan untuk memposisikan diri dari perspektif konsumen. Selain itu juga fokus pada perubahan kondisi atau lingkungan.
6. **Integrity**, berarti menjalankan keseluruhan aktivitas perusahaan dengan profesional dengan dasar kejujuran dalam melakukan hal yang benar.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber: Great Giant Foods, data diolah penulis

Gambar 2.2 Struktur Perusahaan Great Giant Foods

Penulis menjalankan praktek kerja magang ini di Departemen *Finance Audit Intern* PT Great Giant Pineapple (Great Giant Foods) yang merupakan bagian dari divisi *Regular Audit* dan berada dibawah pengawasan *Head of Internal Audit*. Dalam Departemen *Internal Audit* terdapat *Manager of Regular Audit* dan *Special Auditor* yang menjadi pembimbing penulis dalam praktek kerja magang. Dalam *auditing*, penulis bertugas sebagai *finance auditor* untuk melakukan *assessment* pada data, dokumen dan laporan finansial perusahaan (*cash flow, balance sheet, income statement, dan internal control system*).

2.3 Tinjauan Pustaka

2.3.1 Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator dalam mengukur dan menilai proses peningkatan pembangunan suatu negara dari waktu ke waktu (Todaro, 2005). Menurut Asbiantari, *et. al* (2016), pertumbuhan ekonomi ditunjukkan dengan pertumbuhan pada Produk Domestik Bruto (PDB), di mana pertumbuhan tersebut menjadi gambaran pertumbuhan ekonomi yang disajikan secara rinci. PDB merupakan suatu permasalahan makroekonomi yang melihat pertumbuhan nilai barang dan jasa yang diproduksi oleh faktor – faktor produksi dalam suatu negara, sehingga bukan hanya produk yang dihasilkan oleh penduduk dalam negeri, namun warga negara asing yang bekerja di suatu negara menjadi aspek yang menambah nilai PDB tersebut (Sukirno, 2011).

Menurut *Keynesian theory*, Produk Domestik Bruto memiliki hubungan positif dengan konsumsi, investasi, pengeluaran pemerintah, dan nilai bersih ekspor (Kira, 2013). Indikator ini membentuk sebuah model persamaan secara linier, antara lain:

$$Y = C + I + G + NX$$

Y : Produk Domestik Bruto (PDB)

C : Konsumsi barang dan jasa pada suatu negara (*Consumption*)

I : Investasi masyarakat dalam suatu negara (*Investment*)

G : Pengeluaran yang dilakukan pemerintah (*Government Spending*)

NX : Nilai bersih (net) ekspor yang dilakukan suatu negara

2.3.2 Ekspor

Ekspor menjadi salah satu indikator yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi pada suatu negara karena semakin tinggi nilai ekspornya maka pertumbuhan relatif mengalami peningkatan. Menurut Sukirno (2011), ekspor merupakan bentuk aktivitas perusahaan yang menjual barang dan jasa yang diproduksi di dalam negeri, kemudian dikirimkan ke pasar luar negeri. Aktivitas ini mencerminkan bahwa perdagangan antar bangsa dapat memberikan dorongan untuk negara berkembang memiliki pertumbuhan ekonomi yang setara dengan negara maju (Todaro, 2005).

Kegiatan ekspor ini dilakukan untuk mengukur kemampuan sebuah negara untuk memproduksi barang dan jasa yang dapat bersaing dengan pasar global, sehingga hal ini berpengaruh pada pembangunan negara melalui pendapatan negara dari aktivitas ekspor tersebut (Sukirno, 2011).

2.3.3 Buah Pisang

Pisang (*Musaa spp.*) merupakan buah – buahan yang berbentuk tanaman herba berdaun besar yang tersebar di kawasan Asia Tenggara, buah ini tersusun menjari dalam tandan yang kerap kali disebut sebagai sisir pisang. Buah ini sudah diperdagangkan ke benua Asia, Amerika, serta Afrika dengan *Harmonized System Code* (HS Code) 080300 yang dikategorikan sebagai produk dagang buah pisang (Suwandi *et.al*, 2016). Buah Pisang dapat bertumbuh dengan baik di daerah yang memiliki iklim tropis, sehingga buah ini dapat tetap hidup dalam musim kemarau atau saat kekeringan (Sumartono , 1981).

Menurut Prihatman (2000), buah pisang dibagi menjadi kelompok berdasarkan jenisnya:

1. *M. paradisiaca var sapientum*, pisang yang buahnya dapat langsung dimakan tanpa memasak terlebih dahulu. (Contoh: Pisang Ambon, Susu, Raja, *Cavendish*, Barangan, dan Mas)
2. *M. paradisiaca forma typicaatau*, pisang yang buahnya dapat dimakan jika memasaknya terlebih dahulu. (Contoh: Pisang Nangka, Tanduk, dan Kepok)
3. *M. brachycarpa*, pisang yang dimanfaatkan daunnya (Contoh: Pisang batu dan Klutuk)
4. Pisang yang diambil serat – seratnya (Contoh: Pisang Manila)

2.3.4 Feasibility Study

Menurut Sofiah dan Septiana (2017), *feasibility study* yang bertujuan untuk menilai kelayakan sebuah bisnis sangat penting untuk dijadikan landasan utama yang kuat untuk menghindari dan mencegah adanya hal yang tidak diinginkan, di mana perusahaan menghindari hal tersebut dengan tujuan untuk mencegah kerugian dengan menghitung seluruh pengeluaran yang dibutuhkan untuk menjalankan sebuah bisnis dan peramalan pada pendapatan jangka panjang beserta dengan kemungkinan mendapatkan tingkat pengembaliannya atau keuntungan. *Feasibility study* pada

dasarnya untuk melihat kemampuan keuangan perusahaan dalam menambahkan modal untuk sebuah implementasi proyek yang sedang dikembangkan oleh suatu perusahaan, di mana investor sangat berperan dalam menambahkan modal bagi perusahaan. Kemampuan ini dilakukan dengan menganalisis arus kas yang perusahaan gunakan untuk menentukan strategi ataupun keputusan perusahaan. Arus kas perusahaan sangat terpengaruh dengan adanya penambahan pada penjualan, biaya produksi, *salvage value*, modal kerja, dan pajak (El-Sharkawy, 2005).

2.3.5 Investment Criteria

Menurut Ross (2012), kriteria investasi digunakan dengan analisis finansial untuk menghitung dan membandingkan pendapatan dan biaya untuk suatu keputusan perusahaan. Perhitungan seberapa besar manfaat yang diperoleh perusahaan dengan menentukan kriteria investasi yang dipakai, di mana hal ini untuk menentukan proyek suatu perusahaan layak atau tidak layak untuk dijalankan. Penulis akan mengambil 3 kriteria yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan tempat penulis melakukan magang untuk dijadikan acuan menghitung *feasibility study* dalam sub – sub bab 2.3.4 diatas, antara lain:

a. *Payback Period (PP)*

Jumlah atau lama waktu yang diperlukan untuk suatu investasi dapat mengembalikan biaya modal yang dikeluarkan pada saat awal proyek, di mana perusahaan akan mendapatkan ‘balik modal’ dari adanya pendapatan dari investasi yang dilakukan di masa mendatang. Perusahaan dikatakan sudah memenuhi balik modal jika mendapatkan nilai yang positif. (Ross, 2012)

b. *Net Present Value (NPV)*

Perhitungan pendapatan perusahaan yang dibandingkan dengan pengeluaran yang harus dikeluarkan untuk biaya modal. Perhitungan ini dengan cara menarik perhitungan pendapatan dan pengeluaran ke dalam satu satuan waktu (*present*) untuk memperhitungkan adanya perubahan nilai yang kemungkinan terjadi di masa mendatang. (Ross, 2012)

c. *Interest Rate of Return (IRR)*

Tingkat atau persentase pengembalian yang memungkinkan didapatkan perusahaan dari aktivitas investasi tersebut, di mana IRR menghitung tingkat efisiensi dari suatu investasi. Suatu investasi dapat dilakukan jika nilainya lebih tinggi dibandingkan investasi lain dengan *risk free rate*, seperti deposito, tabungan, dan reksadana. (Ross, 2012)

2.3.6 Intuitive Decision Making

Intuitive Decision Making merupakan sebuah metode atau cara yang menggabungkan antara faktor emosional, fantasi dan rasional saling melengkapi, hanya saja aspek emosional lebih dominan (Robbins, 2001).

2.3.7 Creating Shared Value



Sumber: <https://www.google.com/search?q=creating+shared+value> , data diolah penulis

Gambar 2.3 Struktur *Creating Shared Value*

Menurut Porter dan Kramer (2006), *Creating Shared Value* merupakan strategi atau cara perusahaan untuk berperan ganda untuk menghasilkan sebuah nilai ekonomi dan nilai sosial secara bersamaan dalam sebuah aktivitas ini. Hal ini seperti gambar 2.3 di atas, di mana perusahaan dapat menggabungkan dari aspek lingkungan, sosial, dan bisnis perusahaan. CSV menekankan pentingnya mengadopsi masalah dan kebutuhan sosial dalam perancangan strategi perusahaan.