



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

Indonesia merupakan salah satu negara yang mampu menarik perhatian bagi investor dan kreditor untuk berinvestasi. Situasi ini persis seperti Indonesia sebelum krisis 1997/1998 ketika menyandang julukan *The New Asian Tiger*. Mendapat predikat *investment grade* (IG), Indonesia semakin maju dalam sektor ekonomi dunia. IG merupakan kajian tingkat resiko dari lembaga pemeringkat yang merefleksikan kemampuan suatu negara dalam menjaga stabilitas perekonomian, di mana sejak saat itu dapat dikatakan investor dan kreditor semakin melirik Indonesia.

Perkembangan perekonomian dan regulasi permodalan di Indonesia menimbulkan perkembangan usaha. Terbukti dengan semakin banyaknya badan usaha yang bermunculan. Ketika badan usaha tersebut dibangun hal utama yang menjadi pertimbangan adalah modal yang dibutuhkan untuk membangun usaha, menjalankan usaha dan perkembangan usaha.

Perusahaan memiliki berbagai alternatif sumber pendanaan, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar perusahaan. Alternatif pendanaan dari dalam perusahaan, umumnya dengan menggunakan laba yang ditahan perusahaan. Sedangkan alternatif pendanaan dari luar perusahaan dapat berasal dari kreditur berupa hutang, pembiayaan bentuk lain atau dengan penerbitan surat-surat hutang, maupun pendanaan yang bersifat penyertaan dalam bentuk saham (*equity*).

Adapun manfaat bagi perusahaan dengan menjadi perusahaan publik sebagai berikut; pertama mendapatkan tambahan modal, dengan dilepasnya sebagian saham kepada masyarakat, maka akan ada dana segar yang masuk ke dalam perusahaan dimana dana ini dapat digunakan untuk memperluas kegiatan usaha. Masyarakat yang membeli saham tersebut juga tidak bermaksud untuk turut serta dalam pengelolaan perusahaan, sehingga *management* perusahaan bisa tetap terkontrol dengan baik; kedua meningkatkan transparansi, perusahaan terbuka wajib untuk melaksanakan prinsip keterbukaan karena masyarakat sebagai pemilik saham berhak mengetahui kinerja perusahaan tersebut; dan yang ketiga meningkatkan citra perusahaan, perusahaan terbuka memiliki prestisius yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan tertutup (<http://thepresidentpostindonesia.com/2013/02/11/ketika-perusahaan-menjadi-go-public/>, diakses 7 Februari 2014 pada pukul 11:15). Pada umumnya alasan yang melatarbelakangi perusahaan untuk *go public* adalah karena kebutuhan dan kemudahan untuk mendapatkan modal usaha yang lebih besar.

Kemudahan untuk mendapatkan dana segar mendorong perusahaan untuk menjual sahamnya kepada publik (*go public*). Fenomena ini tidak hanya berlaku pada perusahaan swasta, perusahaan milik pemerintah (BUMN) juga turut melakukan *go public*. *Go public* merupakan sebuah proses transformasi dari sebuah perusahaan tertutup menjadi terbuka. Pada prinsipnya siapa saja dapat memiliki saham perusahaan publik dan tidak terlibat secara langsung dalam operasional dan manajemen perusahaan tersebut. Oleh karena itu perusahaan publik juga disebut dengan perusahaan terbuka.

Sebagai sebuah entitas bisnis, PT Pertamina (Persero) untuk menjaga keberlanjutan usaha (*sustainability*), menghasilkan keuntungan usaha dan dividen yang menarik bagi *shareholders* (*profit*), serta menciptakan pertumbuhan perusahaan yang dinamis dan kompetitif. Pertamina sebagai sebuah negara sering dipandang belum menjalankan bisnis secara ‘profesional’ yang terbebas dari praktek korupsi, kolusi dan nepotisme. Adakah rumusan baru yang dapat menyeimbangkan Pertamina sebagai perusahaan migas nasional kelas dunia yang tidak saja sehat tetapi juga menyejahterakan masyarakat? Perusahaan-perusahaan migas nasional di negara-negara lain telah melaju pesat meninggalkan Pertamina. Mampukah Pertamina mengejar ketertinggalan itu?

Adanya tranformasi perusahaan tertutup menuju perusahaan terbuka, perlu ada persiapan internal serta memenuhi dokumen-dokumen yang sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh Bapepam. Dalam

proses ini, Citra perusahaan yang positif dapat mendukung jalannya proses negosiasi dan lobbying dengan pihak-pihak terkait. Publik Financial menginginkan sejarah perusahaan yang kuat dan memiliki pertumbuhan pendapatan yang berpotensi untuk membuat perusahaan menjadi besar. Potensi tersebut dapat berupa produk dan atau jasa serta teknologi perusahaan dan kemampuan daya saing serta faktor kepemimpinan yang dimiliki perusahaan.

Pengemasan informasi yang tepat, akurat dan mengenai kondisi perusahaan serta proses komunikasi yang baik sangat dibutuhkan untuk mendukung persiapan transformasi perusahaan dan memenuhi setiap persyaratan.

Perencanaan komunikasi dalam persiapan ini, tidak hanya berupa pengumpulan informasi perusahaan untuk disampaikan kepada publik finansial. Perusahaan juga harus memikirkan pengemasan informasi yang akan disampaikan agar memberikan kesan positif perusahaan sehingga dapat menunjukkan keunggulan perusahaan dan menarik minat calon investor dan publik finansial lainnya.

Dalam persiapan *non-listed public company* (NLPC), mengharuskan perusahaan untuk berkonsentrasi penuh dalam penangannya. Permasalahannya adalah dalam persiapan NLPC tersebut perusahaan tidak hanya terfokus pada program hubungan investor.

Dalam dunia keuangan, investor adalah orang perorangan atau lembaga baik domestik atau non domestik yang melakukan suatu investasi

Ada aspek internal yang harus diperhatikan seperti kesiapan perusahaan dalam bertransformasi diantaranya meliputi isu karyawan dan budaya perusahaan yang harus disesuaikan. (bentuk penanaman modal sesuai dengan jenis investasi yang dipilihnya) baik dalam jangka pendek atau jangka panjang. Seorang investor adalah pihak yang sangat teliti untuk menanyakan keamanan investasinya.

Belajar dari pengalaman krisis Asia pada 1997/1998 yang membuka mata akan pentingnya saluran komunikasi dengan investor. Untuk itu, beberapa negara-negara penerbit surat hutang seperti Brasil, Korea Selatan, Turki dan Indonesia, pada awal 2000-an mulai secara formal membentuk *Investor Relations* (IR) yang bertindak sebagai *single point of contact* atas data dan informasi ekonomi. Dalam perkembangannya *investor relations* tersebut semakin diakui sebagai sumber data dan informasi ekonomi yang handal, transparan, kredibel dan tepat waktu.

Selain fokus pada hubungan investor, perusahaan harus memperhatikan aspek internal dalam persiapan ini seperti, isu karyawan dan budaya perusahaan yang harus disesuaikan.

Program ini memerlukan persiapan yang matang dengan tujuan untuk mewujudkan komunikasi yang efektif. Oleh, karena itu PT Pertamina (Persero) memnutuhkan suatu strategi perencanaan komunikasi yang dapat mewujudkannya.

Strategi perencanaan ini, akan meliputi bagaimana persiapan perusahaan dalam proses NLPC, apa peran fungsi *investor relations*, kegiatan *investor relations*, serta posisi keterbukaan informasi *investor relations* PT Pertamina (Persero) terhadap perusahaan terbuka lainnya.

Penelitian ini mengenai strategi perencanaan komunikasi ini menjadi menarik karena berada dalam ranah hubungan investor yang dilakukan dalam masa persiapan NLPC untuk menjadikan Pertamina setara dengan perusahaan publik.

PT Pertamina (Persero) sebagai perusahaan negara yang bergerak dalam sektor Migas dan berkaitan dengan pemerintah tentunya memiliki proses perencanaan yang berbeda. Sehingga diharapkan dapat menambah wacana mengenai perencanaan komunikasi yang efektif yang dapat diterapkan dalam transformasi perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Implementasi Investor Relations PT Pertamina (Persero) dalam persiapan menjadi BUMN *Non Listed Public Company* (NLPC) ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan daripada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apa itu *BUMN Non Listed Public Company*
2. Untuk mengetahui strategi *investor relations* di PT Pertamina (Persero) dalam persiapan menjadi *BUMN Non Listed Public Company*
3. Untuk mengetahui peran dan fungsi *investor relations* di PT Pertamina (Persero)
4. Untuk mengetahui kegiatan *investor relations* PT Pertamina (Persero)
5. Untuk mengetahui posisi keterbukaan informasi *investor relations* Pertamina melalui perbandingan dengan perusahaan yang sudah publik.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat dari penelitian ini adalah :

1.4.1 Signifikansi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan akademis mengenai perencanaan komunikasi ketika perusahaan berada dalam masa persiapan transformasi perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengembangan ilmu komunikasi melalui bidang kajian hubungan investor (*investor relations*) serta bagi studi-studi selanjutnya disamping menjadi referensi untuk penelitian sejenis.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan untuk tindakan-tindakan selanjutnya terhadap implementasi *investor relations* pada umumnya yang telah dimiliki dan dijalankan oleh Fungsi *investor relations* PT Pertamina (Persero) berdasarkan teori-teori yang digunakan sebagai dasar analisis. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam bentuk saran-saran pada aspek komunikasi khususnya pada sisi perencanaannya, yang dapat digunakan untuk memperbaiki dan menyempurnakan pemahaman tentang perencanaan komunikasi yang sudah ada.

UMMN