

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1. Latar Belakang Perusahaan

2.1.1. Sejarah Unilever Indonesia

PT. Unilever Indonesia, Tbk., didirikan pada tanggal 5 Desember 1933 dengan nama Lever's Zeepfabrieken NV, dengan akta No. 23 oleh Tn. A.H. van Ophuijsen, notaris di Batavia. Akta ini telah disetujui oleh Gouverneur Generaal van Nederlandsch-Indie dengan surat No. 14 tanggal 16 Desember 1933, didaftarkan di Raad van Justitie di Batavia dengan No. 302, pada tanggal 22 Desember 1933 dan diumumkan dalam Javasche Courant tanggal 9 Januari 1934.

Dengan akta No. 171 dari notaris Ny. Kartini Muljadi, S.H. tanggal 22 Juli 1980, nama perusahaan diubah menjadi PT. Unilever Indonesia. Dengan akta No. 92 dari notaris Tn. Mudofir Hadi, S.H. tanggal 30 Juni 1997, nama Perseroan diubah menjadi PT. Unilever Indonesia, Tbk. Akta tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman dengan surat keputusan nomor C2-1.049HT.01.04 TH.98 tanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 2620 tanggal 15 Mei 1998.

Perusahaan mencatatkan 15% sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya setelah mendapat persetujuan dari Ketua Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam) No.SI-009/PM/E/1981 pada tanggal 16 November 1981. Rapat Umum Tahunan tanggal 24 Juni 2003, para pemegang saham menyetujui untuk melakukan

stock split, mengurangi nilai nominal per saham dari Rp. 100 per saham menjadi Rp. 10 per saham. Perubahan ini diaktakan dengan akta No. 46 dari notaris Singgih Susilo, S.H., tanggal 10 Juli 2003 dan telah disetujui oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan surat keputusan No. C-17533 HT.01.04-TH.2003 .

Sebagai disetujui perusahaan Rapat Umum Tahunan tanggal 13 Juni 2000, yang diaktakan dengan akta No. 82 dari notaris Singgih Susilo, S.H., tanggal 14 Juni 2000, perusahaan juga bertindak sebagai distributor utama dari produk dan penyedia jasa penelitian pemasaran. Akta tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Perundang-undangan (dahulu Menteri Kehakiman) Republik Indonesia dengan surat keputusan No. C-18482 HT.01.04-TH.2000. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1933.

Perusahaan bergerak dalam bidang produksi sabun, deterjen, margarin, makanan susu, es krim, minuman teh dan produk kosmetik. Rangkaian produk Unilever Indonesia mencakup *brand* ternama dan disukai di dunia, seperti Pepsodent, Pond's, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Clear, Rexona, Vaseline, Rinso, Molto, Sunlight, Wall's, Blue Band, Royco, Bango dan lain-lain.

2.2. Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1. Visi Perusahaan

1. Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
2. Kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan menikmati hidup dengan menggunakan brand dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.
3. Kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan tindakan kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.
4. Kami senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami tumbuh dua kali lipat serta mengurangi dampak terhadap lingkungan.

2.2.2. Misi Perusahaan

Misi PT. Unilever Indonesia adalah menambah vitalitas dalam hidup. Unilever memenuhi kebutuhan akan nutrisi, kesehatan dan perawatan pribadi sehari – hari dengan produk – produk yang membuat para pemakainya merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati kehidupan.

2.3. Nilai – Nilai Perusahaan

1. Fokus pada pelanggan, konsumen dan masyarakat.

Customer, consumer and community focus

2. Kerja sama

Teamwork

3. Integritas

Integrity

4. Mewujudkan sesuatu terjadi

Making things happen

5. Berbagi kebahagiaan

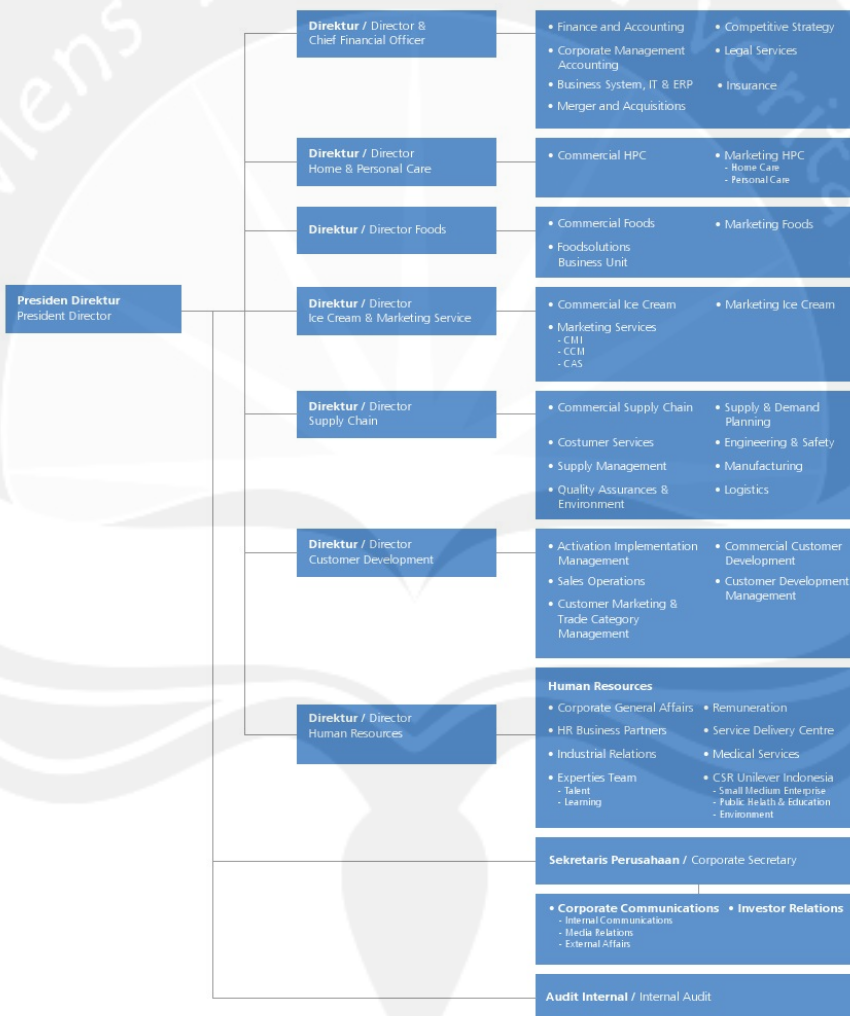
Sharing of joy

6. Kesempurnaan

Excellence

2.4. Struktur Organisasi

STRUKTUR ORGANISASI Organisational Structure



2.5. Corporate Relations

Unilever Indonesia sebagai suatu entitas bisnis merupakan bagian dari komunitas dan masyarakat yang lebih luas. Divisi *Corporate Relations* mengemban tugas untuk memelihara dan memperkuat relasi dengan para pemangku kepentingan, termasuk para pemegang saham, Pemerintah, media massa, distributor, pemasok, karyawan dan masyarakat luas. Divisi terus berupaya untuk menyebarkan informasi kepada pihak – pihak yang berhubungan erat dengan perusahaan. Sehingga keterbukaan perusahaan tetap terjaga yang pada akhirnya semakin memperkuat kepercayaan pihak – pihak tersebut terhadap operasionalisasi perusahaan.

2.6. Corporate Governance

Unilever mengakui pentingnya tata kelola dan perilaku perseroan yang baik dan bertekad untuk mencapai standar tertinggi di dalam kebijakan – kebijakannya. Tata kelola perusahaan yang unggul dapat diraih dengan adanya struktur yang membuat informasi dapat sampai ke Direksi dengan cepat dan akurat. Hal ini memerlukan transparansi penuh dalam komunikasi internal dan eksternal, demi menyediakan informasi yang lengkap dan terpercaya kepada para pengambil keputusan. Kemudian harus ada kebijakan dan kontrol yang ketat agar keputusan yang diambil secara *top – down* maupun *bottom – up* ditindaklanjuti secara efektif. Unilever percaya sistem tata kelola perusahaan harus cukup dinamis dan fleksibel supaya segala pertanyaan dan kekhawatiran para pemegang saham dan pemangku kepentingan dapat direspon dengan cepat. Dengan demikian resiko – resiko yang ada

dapat diidentifikasi, dikendalikan dan bahkan diantisipasi dengan lebih terencana dan membuat hasil yang baik.

Untuk menjalankan tata kelola perusahaan di Unilever Indonesia dengan baik, ada tiga fungsi inti yaitu:

1. Dewan Komisaris
2. Direksi
3. Komite Audit

Dewan Komisaris

Dewan Komisaris bertanggung jawab atas pengawasan pengelolaan Perseroan oleh Direksi. Dalam pelaksanaannya, Dewan Komisaris menerima laporan Direksi dan komite-komite yang dibawahinya secara berkala, dan memberi nasihat dan saran kepada Direksi atas masalah-masalah manajemen seperti tertera dalam Anggaran Dasar. Dewan Komisaris dapat diberikan tanggung jawab atas tugas-tugas lain dari RUPST dari waktu ke waktu. Dewan Komisaris bertanggung jawab kepada RUPST. Dewan Komisaris sekurang-kurangnya memiliki tiga anggota, yang terdiri atas seorang Komisaris Utama dan dua atau lebih Komisaris.

Direksi

Direksi bertanggung jawab untuk melaksanakan kepemimpinan dan manajemen Perseroan, dan untuk mengelola, memanfaatkan, dan mempertahankan aset-aset Perseroan sesuai dengan tujuan Perseroan. Seluruh anggota Direksi

mendapatkan Pedoman Tugas Direksi yang bersifat komprehensif sejak saat pengangkatannya dan memperoleh *briefing* lengkap tentang tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Direksi bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris.

Direksi memiliki kewenangan untuk mewakili Perseroan, termasuk di lembaga peradilan untuk masalah apapun; untuk mengikat Perseroan terhadap pihak-pihak lain atau mengikat pihak lain dengan Perseroan; dan untuk melaksanakan setiap dan semua tindakan, yang berkaitan dengan pengelolaan maupun masalah lain, dalam batasan ketentuan yang ditetapkan dalam Anggaran Dasar Perseroan. Direksi memiliki sekurang – kurangnya lima anggota, terdiri atas seorang Presiden Direktur dan empat Direktur atau lebih.

Komite Audit

Komite Audit membantu Dewan Komisaris dalam melaksanakan tanggung jawab kepengawasannya sesuai dengan integritas pelaporan keuangan Unilever Indonesia; manajemen risiko dan pengendalian internal; kepatuhan dengan ketentuan perundangan dan peraturan yang berlaku; kinerja, kualifikasi dan kemandirian auditor eksternal; dan implementasi fungsi audit internal. Dalam melaksanakan tanggung jawabnya, Komite Audit bekerjasama secara erat dengan Unit Audit Internal dan Auditor Eksternal.

Komite Audit diangkat oleh, dan bertanggung jawab langsung kepada, Dewan Komisaris. Komite Audit dipimpin oleh seorang Komisaris Independen Perseroan dan dua anggota lain dari luar Perseroan, sehingga menjamin kemandiriannya.

Audit Internal

Unit Audit Internal dipimpin oleh Group Audit Manager, dibantu oleh beberapa auditor internal dan diatur dengan Piagam Audit Internal. Piagam tersebut menjelaskan struktur unit Audit Internal, kewajiban, dan tanggung jawab auditor internal dan semua anggota unit Audit Internal setuju untuk mematuhi sesuai dengan Prinsip Bisnis Unilever. Ketua unit Audit Internal ditunjuk oleh Direksi dan disetujui oleh Dewan Komisaris, bertanggung jawab kepada Presiden Direktur. Unit Audit Internal dalam melaksanakan kewajibannya berhubungan erat dengan Komite Audit.

2.6. Keterbukaan Informasi / *Tranparency*

Adapun kegiatan ini diselenggarakan melalui:

1) Corporate Secretary

Sekretaris Perusahaan merupakan penghubung utama antara Perseroan dan pemegang saham, otoritas pasar modal, investor, analis dan masyarakat, serta menjalankan peran penting dalam menjaga transparansi Perseroan. Sekretaris Perusahaan pada akhir 2010 dijabat oleh Bapak Sancoyo Antarikso.

*2) Hubungan Investor (*Investor Relations*)*

Unilever Indonesia secara aktif menjangkau pemegang saham, analis dan investor untuk menginformasikan perkembangan mutakhir tentang kinerja dan posisi Perseroan. Seluruh pemegang saham memperoleh kesetaraan perlakuan terkait dengan isi dan waktu pengungkapan dari setiap informasi material mengenai Perseroan. Hubungan Investor berada di bawah koordinasi Direksi,

yang dipimpin oleh Direktur Keuangan dan dibantu oleh Sekretaris Perusahaan.

3) Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST).

Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) mencakup pengangkatan Direktur dan Komisaris, deklarasi atau persetujuan publik, persetujuan perubahan Anggaran Dasar, serta pengesahan untuk Direksi dan Dewan Komisaris dalam menindaklanjuti tindakan yang telah dibahas dan disetujui dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST).

2.7. Corporate Social Responsibility (CSR)

Program CSR PT. Unilever Indonesia sepenuhnya dilaksanakan oleh Yayasan Unilever Indonesia (YUI). Program tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian tak terpisahkan dari agenda keberlanjutan Perseroan. Agenda tersebut mencakup penciptaan dampak positif – melalui *brand – brand* kami, cara kami mengembangkan karyawan, pendekatan bisnis kami, kinerja lingkungan dan perlibatan kami dengan komunitas – terhadap masyarakat secara keseluruhan, sehingga menciptakan nilai jangka panjang yang akan menjamin pertumbuhan berkelanjutan bagi usaha kami.

Fokus penyelenggaraan CSR Unilever dititik – beratkan kedalam empat pilar utama, yaitu lingkungan, edukasi kesehatan masyarakat, usaha kecil dan menengah (UKM), dan bantuan kemanusiaan.