

BAB III

OBJEK DAN METODE PENULISAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Bursa Efek Indonesia (BEI)

Secara historis, pasar modal telah hadir jauh sebelum Indonesia merdeka. Pasar modal atau bursa efek telah hadir sejak jaman kolonial Belanda dan tepatnya pada tahun 1912 di Batavia. Pasar modal ketika itu didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC.

Meskipun pasar modal telah ada sejak tahun 1912, perkembangan dan pertumbuhan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan pada beberapa periode kegiatan pasar modal mengalami kevakuman. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti perang dunia ke I dan II, perpindahan kekuasaan dari pemerintah kolonial kepada pemerintah Republik Indonesia, dan berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Pemerintah Republik Indonesia mengaktifkan kembali pasar modal pada tahun 1977, dan beberapa tahun kemudian pasar modal mengalami pertumbuhan seiring dengan berbagai insentif dan regulasi yang dikeluarkan pemerintah. Secara singkat, tonggak perkembangan pasar modal di Indonesia dapat dilihat sebagai berikut:

DESEMBER 1912

Bursa Efek pertama di Indonesia dibentuk di Batavia oleh
Pemerintah Hindia Belanda

1914 – 1918

Bursa Efek di Batavia ditutup selama Perang Dunia I

1925 – 1942

Bursa Efek di Jakarta dibuka kembali bersama dengan Bursa Efek di
Semarang dan Surabaya

AWAL 1939

Karena isu politik (Perang Dunia II) Bursa Efek di Semarang dan
Surabaya ditutup

1942 – 1952

Bursa Efek di Jakarta ditutup kembali selama Perang Dunia II

1956

Program nasionalisasi perusahaan Belanda. Bursa Efek semakin
tidak aktif.

1956 – 1977

Perdagangan di Bursa Efek vakum

10 AGUSTUS 1977

Bursa Efek diresmikan kembali oleh Presiden Soeharto. BEJ
dijalankan dibawah BAPEPAM (Badan Pelaksana Pasar Modal).
Pengaktifan kembali pasar modal ini juga ditandai dengan go public
PT Semen Cibinong sebagai emiten pertama

1977 – 1987

Perdagangan di Bursa Efek sangat lesu. Jumlah emiten hingga 1987 baru mencapai 24. Masyarakat lebih memilih instrumen perbankan dibandingkan instrumen Pasar Modal

1987

Ditandai dengan hadirnya Paket Desember 1987 (PAKDES 87) yang memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan Penawaran Umum dan investor asing menanamkan modal di Indonesia

1988 – 1990

Paket deregulasi dibidang Perbankan dan Pasar Modal diluncurkan. Pintu BEJ terbuka untuk asing. Aktivitas bursa terlihat meningkat

2 JUNI 1988

Bursa Paralel Indonesia (BPI) mulai beroperasi dan dikelola oleh Persatuan Perdagangan Uang dan Efek (PPUE), sedangkan organisasinya terdiri dari broker dan dealer

DESEMBER 1988

Pemerintah mengeluarkan Paket Desember 88 (PAKDES 88) yang memberikan kemudahan perusahaan untuk go public dan beberapa kebijakan lain yang positif bagi pertumbuhan pasar modal.

16 JUNI 1989

Bursa Efek Surabaya (BES) mulai beroperasi dan dikelola oleh Perseroan Terbatas milik swasta yaitu PT Bursa Efek Surabaya

13 JULI 1992

Swastanisasi BEJ. BAPEPAM berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal. Tanggal ini diperingati sebagai HUT BEJ

22 MEI 1995

Sistem Otomasi perdagangan di BEJ dilaksanakan dengan sistem computer JATS (Jakarta Automated Trading Systems)

10 NOVEMBER 1995

Pemerintah mengeluarkan Undang –Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Undang-Undang ini mulai diberlakukan mulai Januari 1996

1995

Bursa Paralel Indonesia merger dengan Bursa Efek Surabaya

2000

Sistem Perdagangan Tanpa Warkat (scripless trading) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia

2002

BEJ mulai mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (remote trading)

2007

Penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI)

02 MARET 2009

Peluncuran Perdana Sistem Perdagangan Baru PT Bursa Efek
Indonesia: JATS-NextG

Visi Bursa Efek Indonesia:

Menjadi bursa yang kompetitif dengan kredibilitas tingkat dunia.

Misi Bursa Efek Indonesia:

Menyediakan infrastruktur untuk mendukung terselenggaranya
perdagangan efek yang teratur, wajar, dan efisien serta mudah
diakses oleh seluruh pemangku kepentingan (stakeholders)

2. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)

PT Indofood Sukses Makmur Tbk, yang didirikan dengan nama
PT Panganjaya Intikusuma di tahun 1990, memiliki berbagai kegiatan
usaha yang telah beroperasi sejak awal tahun delapan-puluhan.

1990

- Didirikan dengan nama PT Panganjaya Intikusuma.
- Memulai kegiatan usaha di bidang makanan ringan melalui perusahaan patungan dengan *Fritolay Netherlands Holding B.V.*, perusahaan afiliasi *PepsiCo Inc.*

1994

- Mengganti nama menjadi PT Indofood Sukses Makmur
- Mencatatkan saham di Bursa Efek Indonesia (“BEI”)

1995

- Memulai integrasi bisnis melalui akuisisi pabrik penggilingan gandum Bogasari.

1997

- Memperluas integrasi bisnisnya dengan mengakuisisi grup perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan, agribisnis dan distribusi.

2005

- Memulai kegiatan usaha di bidang perkapalan dengan mengakuisisi PT Pelayaran Tahta Bahtera.

2007

- Mencatatkan saham Grup Agribisnis, *Indofood Agri Resources Ltd.*, di Bursa Efek Singapura (“SGX”).
- Grup Agribisnis memperluas perkebunannya dengan mengakuisisi PT PP London Sumatra Indonesia Tbk, sebuah perusahaan perkebunan, yang sahamnya tercatat di BEI.

2008

- Mencatatkan saham Grup Agribisnis, *Indofood Agri Resources Ltd.*, di Bursa Efek Singapura (“SGX”).
- Grup Agribisnis memperluas perkebunannya dengan mengakuisisi PT PP London Sumatra Indonesia Tbk, sebuah perusahaan perkebunan, yang sahamnya tercatat di BEI.

2010

- Mencatatkan saham Grup CBP, PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, di BEI.

2011

- Mencatatkan saham PT Salim Ivomas Pratama Tbk, anak perusahaan pada Grup Agribisnis, di BEI.

2013

- Grup CBP memasuki kegiatan usaha minuman melalui perusahaan patungan dengan *Asahi Group Holdings Southeast Asia Pte. Ltd.*, yang didirikan pada tahun 2012.
- Grup Agribisnis memperluas kegiatan usaha gula ke Brasil dan Filipina melalui penyertaan saham di *Companhia Mineira de Açúcar e Alcool Participações* dan *Roxas Holdings Inc.*.
- Memasuki kegiatan usaha budidaya dan pengolahan sayuran dengan mengakuisisi *China Minzhong Food Corporation Limited*, sebuah perusahaan pemrosesan sayuran terintegrasi di Tiongkok, yang sahamnya tercatat di SGX.

2014

- Grup CBP mengembangkan kegiatan usaha minumannya dengan memasuki bidang usaha air minum dalam kemasan (“AMDK”) melalui akuisisi aset AMDK termasuk merek Club.

2018

- Grup CBP meningkatkan kepemilikan pada anak perusahaan di bidang minuman dan produk kuliner, serta melaksanakan pendistribusian produk secara nasional untuk kegiatan usaha *paper diaper*.

Visi:

Menjadi perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan pangan dengan produk bermutu, berkualitas, aman untuk dikonsumsi dan menjadi pemimpin di industri makanan.

Misi:

- Memberikan solusi atas kebutuhan pangan secara berkelanjutan
- Senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi dan teknologi kami
- Memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan
- Meningkatkan stakeholders' values secara berkesinambungan

3. PT Mayora Indah Tbk (MYOR)

PT Mayora Indah Tbk. (Perseroan) didirikan pada tahun 1977 dengan pabrik pertama berlokasi di Tangerang dengan target market wilayah Jakarta dan sekitarnya. Setelah mampu memenuhi pasar Indonesia, Perseroan melakukan Penawaran Umum Perdana dan menjadi perusahaan publik pada tahun 1990 dengan target market; konsumen Asean. Kemudian melebarkan pangsa pasarnya ke negara

negara di Asia. Saat ini produk Perseroan telah tersebar di 5 benua di dunia.

Sebagai salah satu Fast Moving Consumer Goods Companies, PT. Mayora Indah Tbk telah membuktikan dirinya sebagai salah satu produsen makanan berkualitas tinggi dan telah mendapatkan banyak penghargaan, diantaranya adalah “*Top Five Best Managed Companies in Indonesia*” dari Asia Money, “*Top 100 Exporter Companies in Indonesia*” dari majalah Swa, “*Top 100 public listed companies*” dari majalah Investor Indonesia, “*Best Manufacturer of Halal Products*” dari Majelis Ulama Indonesia, Best Listed Company dari Berita Satu, dan banyak lagi penghargaan lainnya.

Visi:

Menjadi produsen makanan dan minuman yang berkualitas dan terpercaya di mata konsumen domestik maupun internasional dan menguasai pangsa pasar terbesar dalam kategori produk sejenis.

Misi:

- Dapat memperoleh Laba Bersih Operasi diatas rata rata industri dan memberikan value added yang baik bagi seluruh stakeholders Perseroan.
- Dapat memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan negara dimana Perseroan berada.

4. PT Nippon Indosari Corporindo (ROTI)

1995-2001

Didirikan sebagai sebuah perusahaan Penanaman Modal Asing dengan nama PT Nippon Indosari Corporation, dengan mengoperasikan pabrik pertamadi Cikarang, Jawa Barat. Padatahun 1996, Perusahaan meluncurkan produk komersial pertama dengan merek “Sari Roti” dandi tahun 2001, Perseroan meningkatkan kapasitas produksi dengan menambahkan dua lini mesin (roti tawardanroti manis)

2003-2008

Merubah nama Perseroan dari PT Nippon Indosari Corporation menjadi PT Nippon Indosari Corpindo.Perseroan mengoperasikan pabrik pabrik kedua di Pasuruan, Jawa Timur pada tahun 2005 dan pabrik ketiga di Cikarang, Jawa Barat pada tahun 2008

2010-2014

Perseroan melakukan Penawaran Umum Saham Perdana pada tanggal 28 Juni 2010 di Bursa Efek Indonesia dengan kode emiten ROTI. Pabrik-pabrik di Semarang (JawaTengah) dan Medan (Sumatera Utara) mulai beroperasi pada tahun 2011. Perseroan membuka pabrik keenam di Cibitung (JawaBarat) pada tahun 2012, dan menambahkan masing-masing satu lini mesin pada tiga pabrik yang telah ada di Pasuruan, Semarang, dan Medan. Adapun dua pabrik baru di Makassar (Sulawesi Selatan) dan Palembang (Sumatera Selatan) beroperasi pada tahun 2013, diikuti dengan dua

pabrik berkapasitas ganda di Purwarkata (JawaBarat) dan Cikande pada tahun 2014.

2015 – Sekarang

Perseroan menerapkan standar ISO 9001: 2008 (*Quality Management System*) dan ISO 22000: 2005 (*Food Safety Management System*) pada pabrik Cibitung, Cikarang, Cikande, Purwakarta dan Semarang.

Visi:

Senantiasa tumbuh dan mempertahankan posisi sebagai perusahaan roti terbesar di Indonesia melalui penetrasi pasar yang luas dan dalam dengan menggunakan jaringan distribusi yang luas untuk menjangkau Konsumen di seluruh Indonesia.

Misi:

Memproduksi dan mendistribusikan beragam produk yang halal, berkualitas tinggi, higienis dan terjangkau bagi seluruh Konsumen Indonesia.

5. PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk

Bermula dari usaha keluarga yang dirintis sejak tahun 1960an oleh Bapak Achmad Prawirawidjaja (alm), PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (“Perseroan”) dari tahun ke tahun terus berkembang, dan saat ini telah menjadi salah satu perusahaan yang terkemuka di bidang industri makanan & minuman di Indonesia.

Pada periode awal pendirian, Perseroan hanya memproduksi produk susu yang pengolahannya dilakukan secara sederhana. Pada pertengahan tahun 1970an Perseroan mulai memperkenalkan teknologi pengolahan secara UHT

(Ultra High Temperature) dan teknologi pengemasan dengan kemasan karton aseptik (Aseptic Packaging Material).

Pada tahun 1975 Perseroan mulai memproduksi secara komersial produk minuman susu cair UHT dengan merk dagang “Ultra Milk”, tahun 1978 memproduksi minuman sari buah UHT dengan merk dagang “Buavita”, dan tahun 1981 memproduksi minuman teh UHT dengan merk dagang “Teh Kotak”. Sampai saat ini Perseroan telah memproduksi lebih dari 60 macam jenis produk minuman UHT dan terus berusaha untuk senantiasa memenuhi kebutuhan dan selera konsumennya.

Pada tahun 1981 Perseroan menandatangani perjanjian lisensi dengan Kraft General Food Ltd, USA, untuk memproduksi dan memasarkan produk- produk keju dengan merk dagang “Kraft”. Pada tahun 1994 kerjasama ini ditingkatkan dengan mendirikan perusahaan patungan: PT Kraft Ultrajaya Indonesia, yang 30% sahamnya dimiliki oleh Perseroan. Perseroan juga ditunjuk sebagai exclusive distributor untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh PT Kraft Ultrajaya Indonesia. Sejak tahun 2002 -untuk bisa berkonsentrasi dalam

memasarkan produk sendiri Perseroan tidak lagi bertindak sebagai distributor dari PT Kraft Ultrajaya Indonesia.

Pada bulan Juli 1990 Perseroan melakukan penawaran perdana saham-sahamnya kepada masyarakat (Initial Public Offering = IPO).

Pada tahun 1994 Perseroan melakukan ekspansi usaha dengan memasuki bidang industri Susu Kental Manis (Sweetened Condensed Milk), dan di tahun 1995 mulai memproduksi susu bubuk (Powder Milk).

Sejak tahun 2000 Perseroan melakukan kerjasama produksi (toll packing) dengan PT Sanghiang Perkasa yang menerima lisensi dari Morinaga Milk Industry Co. Ltd., untuk memproduksi dan mengemas produk-produk susu bubuk untuk bayi.

Pada tahun 2008 Perseroan telah menjual merk dagang “Buavita” dan “Go-Go” kepada PT Unilever Indonesia, dan mengadakan Perjanjian Produksi (Manufacturing Agreement) untuk memproduksi dan mengemas minuman UHT dengan merk dagang Buavita dan Go-Go.

Perseroan telah 3 kali melakukan penawaran umum dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) atau Right Issue, yaitu pada tahun 1994, tahun 1999, dan tahun 2004. Perseroan juga telah 2 kali melakukan pemecahan nilai nominal saham (stock split) yaitu pada tahun 2000 dengan rasio 1: 5, dan tahun 2017 dengan rasio 1:4.

Visi:

Menjadi perusahaan industri makanan dan minuman yang terbaik dan terbesar di Indonesia, dengan senantiasa mengutamakan kepuasan konsumen, serta menjunjung tinggi kepercayaan para pemegang saham dan mitra kerja perusahaan.

Misi:

Menjalankan usaha dengan dilandasi kepekaan yang tinggi untuk senantiasa berorientasi kepada pasar/konsumen, dan kepekaan serta kepedulian untuk senantiasa memperhatikan lingkungan, yang dilakukan secara optimal agar dapat memberikan nilai tambah sebagai wujud pertanggung-jawaban kepada para pemegang saham.

6. PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.

1992

Perseroan didirikan dengan nama PT Tiga Pilar Sejahtera oleh tiga orang yaitu Bapak Joko Mogoginta, Bapak Budhi Istanto, dan Almarhum Bapak Priyo Hadisusanto. Produk utama adalah bihun kering dan mie kering.

1995

Seiring dengan meningkatnya permintaan, pada 1995 Perseroan mendirikan pabrik di Karanganyar, Jawa Tengah yang memiliki tujuh lini produksi dengan kapasitas 30.000 ton per tahun.

2000

Perseroan membangun pabrik makanan terpadu seluas 25 Ha di Sragen, Jawa Tengah untuk penyatuan seluruh fasilitas produksi Perseroan sekaligus persiapan untuk pertumbuhan usaha di masa mendatang.

2001

Proses produksi dilakukan di pabrik baru yang berlokasi di Sragen. Unit produksi mie instan pun berdiri sejak saat itu dengan pelaksanaan proses produksi dan pemasarannya dilakukan di awal 2002.

2002

Perseroan meraih sertifikasi ISO 9001:2000. Perseroan mengeluarkan saham tanpa HMETD dengan nilai nominal Rp200 per saham dan mengeluarkan Obligasi Konversi sebesar Rp60 miliar.

2003

Perseroan tercatat sebagai perusahaan terbuka di Bursa Efek Indonesia, melalui proses backdoor listing, yaitu dengan mengakuisisi PT Asia Inti Selera dan melakukan Penawaran Umum Terbatas I dengan kode perdagangan saham AISA. Perseroan berubah nama menjadi PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (“TPSF”).

2007

TPSF membuat perubahan logo untuk menyamakan visi dan misi.

2008

TPSF melakukan Penawaran Umum Terbatas II. TPSF melakukan akuisisi terhadap PMI yang bergerak di bidang makanan manis, biskuit dan snack. TPSF mengakuisisi BRI, sebuah perusahaan perkebunan kelapa sawit yang terletak di Kalimantan Selatan, untuk meraih peluang di komoditas kelapa sawit.

2010

TPSF masuk ke bidang usaha beras dengan mengakuisisi PT Dunia Pangan (“DP”) yang bergerak di bidang perdagangan beras dan mengakuisisi pabrik beras PT Jatisari Srejeke (“JSR”). TPSF mengakuisisi 5 perusahaan perkebunan kelapa sawit baru. TPSF meraih penghargaan Top 250 Indonesia Original Brand, penghargaan Excellent Brand, penghargaan 10 CEO Terbaik, dan penghargaan Most Improved IICD Good Corporate Governance. TPSF melepas dua Entitas Anak yang tidak aktif.

2011

TPSF melakukan Penawran Umum Terbatas III. TPSF mengakuisisi pabrik beras dan merek beras milik PT Alam Makmur Sembada, yang kemudian menjadi aset PT Indo Beras Unggul. TPSF melalui PT Balaraja Bisco Paloma (“BBP”) mengakuisisis fasilitas produksi biskuit di Balaraja Tangerang. TPSF mengakuisisi snack merek “Taro” beserta fasilitas produksinya dari PT Unilever Indonesia Tbk.

TPSF melalui Entitas Anak PT Bumiraja Investindo melakukan joint venture dengan Bunge Agribusiness Singapore Pte Ltd.

2012

TPSF mengakuisisi PT Subafood Pangan Jaya di bawah TPS Food, mengakuisisi PT Sukses Abadi Karya Inti di bawah TPS Rice dan mengakuisisi PT Tandan Abadi Mandiri di bawah TPS Palm Oil.

2013

Perseroan menerbitkan Obligasi TPS Food I Tahun 2013 senilai Rp600 miliar dan Sukuk Ijarah TPS Food I Tahun 2013 senilai Rp300 miliar. Pemegang saham pengendali Perseroan menjual 9,5% saham AISA kepada sebuah perusahaan investasi global terkemuka, KKR & Co.L.P. Atas transaksi penjualan itu, satu orang perwakilan KKR masuk ke dalam jajaran Komisaris TPSF. Penyelesaian pembangunan pabrik pengolahan minyak sawit mentah (crude palm oil/BPO) berkapasitas 30 ton tandan buah segar (TBS) per jam. Pengembangan fasilitas produksi pada kategori Makanan Dasar yakni mie kering dengan peningkatan kapasitas produksi sampai dengan 1.000 ton per bulan.

2014

Perseroan Melaksanakan Penambahan Modal Tanpa Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (PMTHMETD) dengan mengeluarkan saham baru dari simpanan (portepel) sebesar 292.600.000 (dua ratus sembilan puluh dua juta enam ratus ribu) saham dengan nilai nominal Rp200 per saham dan harga pelaksanaan PMTHMETD senilai Rp2.250 per saham. Peresmian pabrik besar PT Sukses Abadi Karya Inti di Jawa Tengah, berkapasitas produksi 240.000 ton per tahun. Perseroan mengakuisisi kepemilikan saham PT. Golden Plantation (“GP”) yang bertujuan untuk menjadikan GP sebagai perusahaan sub-holding dari perusahaan – perusahaan yang tergabung dalam divisi kelapa sawit Perseroan menggantikan PT Bumiraya Investindo(“BRI”). GP tercatat sebagai perusahaan terbuka di Bursa Efek Indonesia dengan kode perdagangan saham GOLL pada 23 Desember 2014. Perseroan melalui PT Golden Plantation mengakuisisi PT Persada Alam Hijau (“PAH”). Perseroan melalui PT Dunia Pangan mendirikan PT Tani Unggul Usaha (“TUU”) dan PT Swasembada Tani Selebes (“STS”).

2015

Perseroan melalui PT Golden Plantation Tbk mengakuisisi PT Bailangu Capital Investment (“BCI”). Anak Perusahaan di Divisi Makanan yaitu PT Tiga Pilar Sejahtera menerima Sertifikat ISO 14001:2004 yang diterbitkan oleh Integrated Laboratory-IPB Environmental Management System Assurance (ILEA-IPB). Anak

Perusahaan di Divisi Makanan yaitu PT Tiga Pilar Sejahtera menerima Sertifikat OHSAS 18001:2007 yang diterbitkan oleh URS (United Registrar of Systems) Certification.

2016

Perseroan menjual sebanyak 2.864.990.000 lembar saham atau 78,17% kepemilikan saham Perseroan atas PT Golden Plantation Tbk kepada PT JOM Prawarsa Indonesia. Perseroan meresmikan pabrik pembangkit listrik PT Patra Power Nusantara. Perseroan meresmikan pabrik Unit 5 PT Tiga Pilar Sejahtera yang digunakan untuk fasilitas produksi bihun instan Bihunku. Perseroan menerbitkan Sukuk Ijarah TPS Food II Tahun 2016, dengan Sisa Imbalan Ijarah sebesar Rp1.200.000.000.000 (satu triliun dua ratus miliar Rupiah). Anak perusahaan di Divisi Makanan yaitu PT Putra Taro Paloma memperoleh Sertifikasi ISO 22000:2009 dan HACCP yang diterbitkan oleh Integrated Laboratory Bogor Agricultural University (ILFA-IPB) dan Mutu Certification Komite Akreditasi Nasional (KAN) untuk brand Taro dan Bravo. Perseroan meluncurkan program Mitra Usaha Maknyuss (MUM) dengan konsep layanan pesan antar. Perseroan mengimplementasikan Sales Force Automation, suatu aplikasi penjualan yang berjalan di platform smartphone dan tablet. Lagu Hymne TPS berjudul Cita-cita TPS pertama kali diperkenalkan dan dinyanyikan oleh Insan TPS.

Visi:

Menjadi sebuah perusahaan berwawasan nasional yang membangun Indonesia, hebat, dan sukses di “*food and related businesses*” yang bereputasi dan berkontribusi meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Misi:

- Menyediakan barang dan jasa yang berkualitas dan inovatif di bidang “*food and related businesses*” yang mampu menciptakan nilai tambah untuk semua pelanggan kita.
- Menjadi perusahaan yang hebat dengan cara membangun sistem jalur ganda dalam organisasi kita: “Orang yang tepat dan sistem yang baik”.
- Membangun budaya disiplin dan sumber daya manusia pembelajar untuk memaksimalkan kekuatan karyawan dan organisasi kita.
- Memiliki kekuatan seperti perusahaan multinasional namun dengan kelincahan seperti sebuah perusahaan kecil.
- Menjunjung tinggi nilai-nilai profesionalisme dan tata kelola perusahaan yang baik.
- Secara konsisten memberikan keuntungan di atas standar pasar atas dana pemegang saham.

7. PT Siantar Top Tbk

Perjalanan kesuksesan PT Siantar Top tidak lepas dari segala aral melintang yang menyakitkan dan kisah inspiratif dari seseorang yang

gigih untuk meraih mimpi besar. Beliau adalah Shindo Sumidomo yang dilahirkan pada tahun 1953 di Pematang Siantar, Sumatera Utara. Shindo kecil yang tumbuh di keluarga dengan latar belakang usaha makanan memang memiliki keinginan tahunan yang sangat besar di bidang culinary. Sejak kecil, beliau melakukan berbagai macam riset dan eksperimen untuk menciptakan makanan yang enak. Sehingga akhirnya ide untuk memulai usaha makanannya sendiri tercetus.

Pada tahun 1972, beliau yang saat itu masih berusia 19 tahun mulai merantau dan memutuskan untuk menetap di Surabaya. Dengan mengadopsi pepatah Cina “Rakyat utamakan makan, makan utamakan rasa”, beliau mulai merintis usaha rumahan yang bergerak di bidang makanan ringan. Karena keyakinan, semangat pantang menyerah, inovasi, dan juga kecintaan yang dimiliki, akhirnya usahanya berkembang pesat.

Pada tahun 1987 usaha rumahan Shindo Sumidomo berkembang menjadi PT Siantar Top Industri. 2 tahun kemudian, tepatnya pada tahun 1989 beliau mendirikan pabrik baru seluas 25.000 m² yang berlokasi di Tambak Sawah, Sidoarjo. Dan pada tahun 1996 PT Siantar Top berhasil tercatat sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia, dan menjadi PT Siantar Top Tbk.

Perluasan usaha juga terus dilakukan oleh PT Siantar Top Tbk. Dimulai di tahun 1998 dengan mendirikan pabrik baru di Medan, tahun

2002 mendirikan pabrik di Bekasi, dan yang terbaru pada tahun 2011 mendirikan pabrik di Makassar.

Untuk ISO yang merupakan standar Internasional untuk sistem manajemen mutu, PT Siantar Top Tbk telah mendapatkan ISO 9001:2000, ISO 9001:2008, dan juga ISO 22000:2005 dari URS. Beberapa penghargaan juga berhasil didapatkan oleh

PT Siantar Top Tbk, diantaranya adalah Global Brand Developer tahun 2007, The Best Quality Product of The Year (2013), The Best Manufacturing Company of The Year (2014), dan juga Top Brand for KIDS (2015).

Saat ini PT Siantar Top terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai perusahaan garda terdepan yang bergerak di bidang manufacturing makanan ringan. PT Siantar Top mulai melebarkan sayapnya, melakukan ekspansi di beberapa kawasan Asia, salah satunya adalah Cina.

Shindo Sumidomo yakin dengan komitmen yang kuat serta usaha yang tiada hentinya mampu menghantarkan Siantar Top berjaya dan menjadi merk terdepan baik di skala Nasional maupun International.

PT Siantar Top Tbk, pertama kali didirikan pada tahun 1972. Sebagai pelopor industri makanan ringan di Jawa Timur, pada tahun 1996 Siantar Top tercatat sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia. Saat ini PT Siantar Top terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai perusahaan garda terdepan yang bergerak di bidang

manufacturing makanan ringan. PT Siantar Top mulai melebarkan sayapnya, melakukan ekspansi di beberapa kawasan Asia, salah satunya Cina.

Seiring dengan berjalannya waktu, PT Siantar Top terus melakukan pembenahan dalam segi kualitas produk sehingga bisa diterima di berbagai kalangan. Dan karena kualitas produknya, kini berbagai macam produk PT Siantar Top dapat dinikmati oleh konsumen yang tersebar di mancanegara.

- Berusaha meningkatkan inovasi produk dengan penambahan investasi baru di kategori produk biscuit dan wafer
- Meningkatkan kinerja distribusi untuk penetrasi pasar luas
- Berusaha untuk mendekati diri ke pasar
- Meningkatkan soft skill (integritas dan inisiatif) dari SDM
- Menggunakan teknologi R&D dan teknologi mesin dari Jepang dan Korea

Visi:

Menjadi perusahaan terkemuka yang terus tumbuh dan berkembang demi kepuasan bersama.

Misi:

- Menjadi perusahaan pelopor produk--produk dengan TASTE SPECIALIST.
- Menyediakan produk yang kompetitif harganya, terjamin mutu, halal dan legalitasnya.

- Memberikan kontribusi bagi kesejahteraan bersama (stakeholder, karyawan, dan masyarakat).
- Mengembangkan keragaman produk/usaha sesuai perkembangan kebutuhan pasar atau konsumen.
- Membuka kesempatan untuk pihak lain (investor) untuk bekerja sama dengan mensinergikan kemampuan yang dimiliki untuk memperkuat dalam mengembangkan usaha.

8. PT Akasha Wira International Tbk

Sejarah perusahaan

- Pendirian

PT Akasha Wira International Tbk (“Perusahaan”) didirikan dengan nama PT Alfindo Putrasetia pada tahun 1985. Nama Perusahaan telah diubah beberapa kali, terakhir pada tahun 2010, ketika nama Perusahaan diubah menjadi PT Akasha Wira International Tbk.

Anggaran Dasar Perusahaan telah mengalami beberapa kali perubahan. Perubahan terakhir dibuat dengan Akta Notaris Jose Dima Satria, SH, M.Kn, No. 48 tanggal 25 Juni 2013 mengenai perubahan atas Kuorum, Hak Suara, dan Keputusan serta mengenai perubahan atas Tugas dan Wewenang Direksi.

- Penanaman Modal Asing

Perusahaan didirikan dalam rangka Undang-undang No. 1 tahun 1967, jo Undang-undang No. 11 tahun 1970 tentang

Penanaman Modal Asing, yang telah dicabut dan diganti dengan Undang-undang No. 25 tahun 2007 dan telah memperoleh persetujuan dari Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam Surat Keputusan No. 42/V/PMA/2006 tanggal 10 Maret 2006. Pada tahun 2010, Perusahaan telah memperoleh Ijin Prinsip Perluasan Penanaman Modal berdasarkan Surat Keputusan No. 253/I/IP/II/PMA/2010 tanggal 26 Oktober 2010.

- Penawaran Umum Perdana

Sesuai dengan Surat Ketua Bapepam No. S-774/PM/1994 tanggal 2 Mei 1994 mengenai “Pemberitahuan Efektifnya Pernyataan Pendaftaran”, Perusahaan telah melakukan penawaran umum kepada masyarakat melalui pasar modal sejumlah 15.000.000 saham dengan nilai nominal Rp1.000 (dalam angka penuh) per saham. Perusahaan mencatatkan seluruh sahamnya sejumlah 38.000.000 saham di Bursa Efek Jakarta pada tanggal 14 Juni 1994.

Berdasarkan hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada tanggal 6 Juni 1997, Perusahaan mengeluarkan 38.000.000 saham bonus yang berasal dari tambahan modal disetor dengan nilai nominal per saham sebesar Rp 1.000 (dalam angka penuh).

- Penawaran Umum Terbatas I

Berdasarkan persetujuan dari Bapepam dalam Surat Ketua Bapepam No. S-1213/PM/2004 tanggal 10 Mei 2004 mengenai “Pemberitahuan Efektifnya Pernyataan Pendaftaran”, Perusahaan

melakukan Penawaran Umum Terbatas I kepada para pemegang saham dalam rangka penerbitan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu atas 73.720.000 saham biasa dengan nilai nominal Rp 1.000 (dalam angka penuh) per saham.

- Penawaran Umum Terbatas II

Berdasarkan persetujuan dari Bapepam dalam Surat Ketua Bapepam No. S-5874/BL/2007 tanggal 21 Nopember 2007 mengenai “Pemberitahuan Efektifnya Pernyataan Pendaftaran”, Perusahaan melakukan Penawaran Umum Terbatas II kepada para pemegang saham dalam rangka penerbitan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu atas 440.176.800 saham biasa dengan nilai nominal Rp1.000 (dalam angka penuh) per saham. Seluruh saham Perusahaan telah dicatat pada Bursa Efek Indonesia.

- Kepemilikan oleh Nestle SA dan The Coca Cola Company

Pada tahun 2004, Water Partners Bottling S.A. (WPB), sebuah perusahaan patungan antara Nestlé S.A. dan Refreshment Product Services (anak perusahaan yang sepenuhnya dimiliki The Coca-Cola Company), mengambil alih mayoritas saham di Perseroan, sehingga nama Perseroan diubah menjadi PT. AdeS Waters Indonesia Tbk. Selama kepemilikan Nestle SA dan The Coca Cola Company ini, Perseroan mengeluarkan produk air kemasan AdeS dengan kemasan baru dan produk baru Nestle Pure Life.

- Kepemilikan oleh Sofos Pte. Ltd

Pada tanggal 3 Juni 2008, Sofos Pte. Ltd., perusahaan berbadan hukum Singapura, telah mengakuisisi Perseroan melalui pembelian seluruh saham Nestlé S.A. dan Refreshment Product Services (anak perusahaan yang sepenuhnya dimiliki The Coca-Cola Company) di WPB dan dengan akuisisi tersebut Sofos Pte.Ltd menjadi pemegang saham pengendalian Perusahaan.

Visi:

Menyediakan Solusi Konsumen Terbaik Di Dunia Kepada Masyarakat Luas.

Misi:

- Memberikan Solusi Konsumen Terbaik Untuk Memenuhi Kebutuhan Gaya Hidup Berkualitas
- Sebagai Bentuk Pemenuhan Komitmen Kami Kepada Pemangku Kepentingan
- Melalui Orang, Budaya, dan Sistem Terbaik Yang Kami Miliki.

9. PT Tri Banyan Tirta Tbk.

PT Tri Banyan Tirta didirikan pada tahun 1997. Tujuan perusahaan adalah membangun Alto Natural Spring Water sebagai produk lokal dengan kualitas standar internasional. Perusahaan berambisi menjadi salah satu perusahaan minuman yang berpengaruh di Indonesia yang akan dicapai melalui investasi berkesinambungan pada produk-produk yang dihasilkan, sumber daya manusia maupun

penyediaan fasilitas produksi terbaik. Strategi perusahaan adalah berkomitmen pada keberhasilan peningkatan dan pertumbuhan produk-produk utama, peningkatan kualitas produk, inovasi secara terus menerus, serta senantiasa memenuhi keinginan pelanggan dalam hal pelayanan. Pabrik PT Tri Banyan Tirta berlokasi di desa Babakan Pari, Sukabumi yang dikenal dengan sumber mata airnya yang alami, teruji kemurniannya dan kaya akan kandungan mineral alaminya. PT Tri Banyan Tirta juga didukung oleh ahli-ahli profesional dari berbagai latar belakang yang berbeda untuk mewujudkan tujuan perusahaan dalam menghasilkan produk-produk bermutu tinggi.

Visi

Dikenal sebagai produsen lokal air minum alami dalam kemasan dengan kualitas terbaik sesuai standar internasional.

Misi

Menjadi produsen air minum dalam kemasan yang menghasilkan produk-produk berkualitas untuk dinikmati oleh berbagai segmen pasar.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono 2017, 2). Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode ini digunakan karena data penelitian berupa angka – angka.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data adalah fakta empirik yang dikumpulkan oleh peneliti untuk kepentingan memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian. Dan penelitian dapat berasal dari berbagai sumber yang dikumpulkan dengan menggunakan berbagai teknik selama kegiatan penelitian berlangsung.

Adapun jenis data yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data kualitatif

Merupakan data yang diperoleh berdasarkan informasi yang diperoleh dan disesuaikan teori yang mendukung penelitian. Data ini adalah data yang dicatat bukan dengan angka-angka, tetapi menggunakan klasifikasi-klasifikasi seperti sejarah dan kegiatan umum perusahaan.

b. Data kuantitatif

Merupakan data yang berupa angka-angka yang didapat dari perusahaan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah hasil perhitungan data perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber sekunder. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data

kepada pengumpul data, misalnya orang lain atau melalui dokumen (Sugiyono, 2012:137). Sumber data dalam penelitian ini adalah berasal dari data perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diperoleh dari www.idx.co.id.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian kuantitatif, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian dapat menarik kesimpulan (Sugiyono 2017, 139). Populasi mencakup seluruh lingkungan yang memiliki karakteristik, dalam Penelitian ini populasi yang digunakan adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia.

2. Sampel

Dalam Penelitian kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel biasanya diambil karena cakupan populasi yang terlalu luas dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi tersebut dikarenakan keterbatasan pada dana, tenaga dan waktu. Hasil dari pengamatan sampel berupa kesimpulan akan diberlakukan kepada populasi (Sugiyono 2017, 139).

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah dengan menggunakan metode *Simple Random Sampling*

yaitu merupakan teknik pemilihan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan metode kepustakaan dan metode dokumentasi. Metode kepustakaan merupakan metode pengumpulan data dengan mempergunakan buku referensi atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, metode ini digunakan untuk mendapatkan landasan teori yang tepat dan sesuai dengan topik bahasan dalam penelitian ini. Sedangkan metode dokumentasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari catatan-catatan atau dokumen-dokumen perusahaan sesuai dengan data yang diperlukan. Dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan perusahaan dan data penyampaian laporan keuangan ke Bapepam dan LK yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI).

F. Teknik Analisis Data

Menganalisis data merupakan salah satu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji

hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono 2017, 139). Metode analisis data yang digunakan penulis dalam menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data.

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Imam Ghozali, 2016). Analisis dimulai dengan mengidentifikasi tendensi sebaran dari masing – masing variabel. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat kecenderungan dari masing – masing variabel penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini menggunakan model regresi dalam uji hipotesisnya dan hasil yang diharapkan benar-benar dapat digunakan, efisien, dan jika tidak bisa, maka uji asumsi klasik atas sample perlu

dilakukan, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan antara lain:

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung korelasi antara variabel bebas. Metode untuk pengujian ini dapat menggunakan *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, jika dalam *tolerance value* digunakan batasan toleransinya adalah 0,10 atau VIF adalah 10 maka saat pengujian jika *tolerance value* $> 0,10$ dan VIF < 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya jika *tolerance value* $< 0,10$ dan VIF > 10 maka disimpulkan terjadi multikolinearitas.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Jika asumsi ini dilanggar atau tidak dipenuhi maka uji statistik menjadi tidak valid.

Analisis statistik yang dapat digunakan untuk menguji apakah residu berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan uji statistik *Komogarov-Smirnov* (Uji K-S). Pengujian ini mengasumsikan dengan Hipotesis:

Ho: Data Residual berdistribusi normal

Ha: Data Residual tidak berdistribusi normal

Jika dalam pengujian nilai signifikan $> 0,05$ dengan $\alpha = 5\%$ berarti distribusi data normal (Ho diterima), dan sebaliknya bila nilai signifikan $< 0,005$ dengan $\alpha = 5\%$, berarti distribusi data tidak normal. Pengujian normalitas dengan menggunakan analisis grafik dapat dilihat dengan grafik histogram. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada $t-1$. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residu tidak bebas dari satu observasi ke observasi lain. Umumnya hal ini terjadi pada data runtut waktu karena gangguan pada individu atau kelompok akan mempengaruhi individu atau kelompok pada periode berikutnya.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk melihat sama atau tidak varian dari residual dan observasi satu dengan yang lainnya. Jika residual mempunyai varian yang sama, maka disebut sebagai homokedastisitas dan jika tidak sama terjadi heterokedastisitas.

Hasil yang diharapkan adalah homokedastisitas. Homokedastisitas terjadi jika pada *scatterplot* titik-titik hasil pengolahan data menyempit di bawah maupun di atas titik orgon (angka nol) pada sumbu Y dan titik mempunyai pola yang teratur. Sementara heterokedastisitas terjadi jika *scatterplot* titik-titiknya mempunyai pola teratur, baik menyempit, melebar, ataupun bergelombang.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur hubungan atau tingkat asosiasi antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terkait secara simultan. Adapun persamaan analisis regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan
α	= Konstanta
X1	= Profitabilitas
X2	= Solvabilitas
X3	= Ukuran Perusahaan
X4	= Opini Auditor
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	= Koefisien regresi yang akan dihitung
ε	= Standar Error

b. Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik-t)

Uji Signifikasi parameter individual atau uji statistik t bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Pengujian parsial terhadap variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikasi dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih kecil dari signifikasi yang berlaku yaitu 5% maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikasi dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih besar dari nilai signifikasi yang berlaku yaitu sebesar 5% maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2017). Nilai koefisien adalah nilai antara nilai nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kumpulan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Kriteria penilaian adjusted R^2 adalah sebagai berikut:

Bila nilai adjusted $R^2 = 0$, berarti variabel-variabel independen tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel-variabel independen.

Bila nilai adjusted $R^2 = 1$, berarti variabel-variabel independen dapat memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

d. Uji Simultan (Statistik F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (Opini auditor, tingkat likuiditas, dan ukuran perusahaan) secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap audit report lag. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi (α) sebesar 5%. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis akan didasari oleh nilai probabilitas signifikansi. Jika probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis akan diterima. Hal ini berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Sebaliknya, jika probabilitas signifikansi melebihi 0,05 ($> 0,05$), maka hipotesis akan ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

