

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **4.1 Sejarah Singkat PT Unilever Indonesia Tbk**

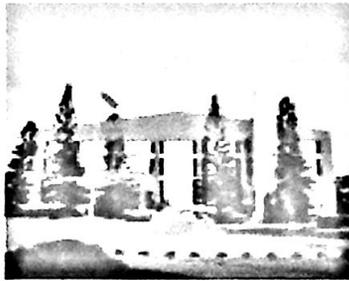
PT Unilever Indonesia Tbk (perusahaan) didirikan pada tanggal 5 Desember 1933 sebagai Zeepfabrieken N.V Lever dengan akta No. 33 yang dibuat oleh Tn.A.H. van Ophuijsen, notaris di Batavia. Akta ini disetujui oleh Gubernur Jenderal van Negerlandsch-Indie dengan surat No. 14 pada tanggal 16 Desember 1933, terdaftar di Raad van Justitie di Batavia dengan No. 302 pada tanggal 22 Desember 1933 dan diumumkan dalam Tambahan No. 3 Javasche Courant pada tanggal 9 Januari 1934.

Dengan akta No. 171 yang dibuat oleh notaris Ny. Kartini Mulyadi tertanggal 22 Juli 1980, nama perusahaan diubah menjadi PT Unilever Indonesia. Dengan akta No. 92 yang dibuat oleh notaris Tn. Mudofir Hadi, S.H. tertanggal 30 Juni 1997, nama perusahaan diubah menjadi PT Unilever Tbk. Akta ini disetujui oleh Menteri Kehakiman dengan keputusan No. C2-1.049HT.01.04.TH.98 tertanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Tambahan No. 9 Berita Negara NO. 2620 tanggal 15 Mei 1998. Perusahaan mendaftarkan 15% dari sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya setelah memperoleh persetujuan Ketua Badan Pelaksana Pasar Modal (Bapepam) No. SI-009/PM/E/1981 pada tanggal 16 November 1981.

Perusahaan bergerak dalam bidang produksi sabun, deterjen, margarin, minyak sayur dan makanan yang terbuat dari susu, es krim, makanan ringan dan minuman dari teh, dan produk-produk kosmetik. Perusahaan memulai operasi komersialnya pada tahun 1933.

Sebagaimana disetujui dalam Rapat Umum Tahunan Perusahaan pada tanggal 13 Juni 2000, yang dituangkan dalam akta notaris No. 82 yang dibuat oleh notaris Singgih Susilo, S.H. tertanggal 14 Juni 2000, perusahaan juga bertindak sebagai distributor utama dan memberi jasa-jasa penelitian pemasaran. Akta ini disetujui oleh Menteri Hukum dan Perundang-undangan (dahulu Menteri Kehakiman) Republik Indonesia dengan keputusan No. C- 18482HT.01.04-TH.2000.

**Gambar 4.1**  
**Kantor Pusat Perusahaan dan Pabrik PT Unilever**



Sumber: [www.unilever.co.id](http://www.unilever.co.id)

Pada tanggal 22 November 2000, perusahaan mengadakan perjanjian dengan PT Anugrah Indah Pelangi untuk mendirikan perusahaan baru yakni PT Anugrah Lever (PT AL) yang bergerak di bidang pembuatan, pengembangan, pemasaran dan penjualan kecap, saus cabe dan saus-saus lain dengan merek dagang Bango, Perkiet dan Sakura dan merek-merek lain atas dasar lisensi perusahaan kepada PT AL.

Pada tanggal 3 Juli 2002, perusahaan mengadakan perjanjian dengan Texchem Resources Berhad, untuk mendirikan perusahaan baru yakni PT Technopia Lever yang bergerak di bidanga distribusi, ekspor dan impor barang-barang dengan merek daganga Domestos Nomos. Pada tanggal 7 November 2003, Texchem Resources Berhad mengadakan perjanjian jual beli saham dengan Technopia

Singapore Pte. Ltd, yang dalam perjanjian tersebut Texchem Resources Berhad sepakat untuk menjual sahamnya di Pt Technopia Lever kepada Technopia Singapore Pte. Ltd.

Pada Rapat Umum Tahunan perusahaan pada tanggal 24 Juni 2003, para pemegang saham menyetujui pemecahan saham, dengan mengurangi nilai nominal saham dari Rp 100 per saham menjadi Rp 10 per saham. Perubahan ini dibuat di hadapan notaris dengan akta No. 46 yang dibuat oleh notaris Singgih Susilo, S.H. tertanggal 10 Juli 2003 dan disetujui oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan keputusan No. C-17533 HT.01.04-TH.2003.

**Gambar 4.2**  
**Logo PT Unilever Indonesia Tbk**



Sumber: [www.unilever.co.id](http://www.unilever.co.id)

Pada tanggal 30 Juli 2004, perusahaan digabung dengan PTKI. Penggabungan tersebut dilakukan dengan menggunakan metode yang sama dengan metode pengelompokan saham (*pooling of interest*). Perusahaan merupakan yang menerima penggabungan dan setelah penggabungan tersebut PT KI tidak lagi menjadi badan hukum yang terpisah. Penggabungan ini sesuai dengan persetujuan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam suratnya No. 740/III/PMA/2004 tertanggal 9 Juli 2004.

Pada tahun 2007, PT Unilever Indonesia Tbk (Unilever) telah menandatangani perjanjian bersyarat dengan PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (Ultra) sehubungan dengan pengambilalihan industri minuman sari buah melalui merek “Buavita” dan “Gogo” dari Ultra ke Unilever. Perjanjian telah terpenuhi dan Unilever serta Ultra telah menyelesaikan transaksi pada bulan Januari 2008.

#### 4.2 Kronologi Perusahaan

**Tabel 4.1**  
**Kronologi Perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk**

| No | Tahun     | Nama Pembangunan Pabrik   |
|----|-----------|---|
| 1  | 1920-1930 | Import oleh Van den Bergh, Jurgan dan Brothers.                             |
| 2  | 1933      | Pabrik sabun- Zeefabrieken NV Lever - Angke, Jakarta.                       |
| 3  | 1936      | Produksi margarin dan minyak oleh pabrik Van den Bergh NV - Angke, Jakarta. |
| 4  | 1941      | Pabrik kosmetik - Colibri NV, Surabaya.                                     |
| 5  | 1942-1946 | Kendali oleh Unilever dihentikan (Perang Dunia II)                          |
| 6  | 1965-1966 | Dibawah kendali pemerintah.   |
| 7  | 1967      | Kendali usaha kembali ke Unilever berdasarkan UU penanaman modal asing.     |
| 8  | 1981      | Go public dan terdaftar di Bursa Efek Jakarta.                              |
| 9  | 1982      | Pembangunan pabrik Ellida Gibbs di Rungkut, Surabaya.                       |
| 10 | 1990      | Terjun ke bisnis Teh  |
| 11 | 1992      | Membuka pabrik es krim  |
| 12 | 1995      | Pembangunan pabrik deterjen dan makanan di Cikarang, Bekasi.                |
| 13 | 1996-1998 | Penggabungan instalasi produksi- Cikarang, Rungkut.                         |
| 14 | 1999      | Deterjen cair NSD - Cikarang.   |
| 15 | 2000      | Terjun ke bisnis kecap.   |
| 16 | 2001      | Membuka pabrik Teh - Cikarang   |
| 17 | 2002      | Membuka pusat distribusi sentral Jakarta.                                   |
| 18 | 2003      | Terjun ke bisnis obat nyamuk bakar.   |
| 19 | 2004      | Terjun ke bisnis makanan ringan.  |

|    |      |                                      |
|----|------|--------------------------------------|
| 20 | 2005 | Membuka pabrik sampo cair - Cikarang |
| 21 | 2008 | Terjun ke bisnis minuman sari buah.  |

Sumber: [www.unilever.co.id](http://www.unilever.co.id)

### 4.3 Tujuan dan Misi PT Unilever Indonesia Tbk

↳ Tujuan-tujuan perusahaan Unilever yaitu:

1. Selalu bekerja atas dasar integritas

Menaklukan kegiatan usaha atas dasar integritas dan menghormati setiap orang, perusahaan dan lingkungan tempat beroperasi merupakan faktor utama yang menjadi tanggung jawab perusahaan.

2. Standar tertinggi dalam etika perusahaan

Tujuan perusahaan menyebutkan bahwa untuk berhasil diperlukan “Standar tertinggi etika perusahaan terhadap setiap karyawan yang bekerja di perusahaan, masyarakat sekitar dan lingkungan tempat perusahaan melakukan kegiatan usaha”.

3. Memberikan dampak positif

Tujuan perusahaan adalah memberikan dampak positif dengan berbagai cara yaitu: melalui produk, kegiatan dan hubungan niaga, melalui bantuan sukarela, dan melalui beragam cara lain yang melibatkan masyarakat.

4. Komitmen yang berkesinambungan

Berkomitmen untuk secara terus-menerus memperbaiki cara mengelola dampak lingkungan dan bekerja untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam mengembangkan usaha yang berwawasan lingkungan.

## 5. Menetapkan aspirasi

Tujuan perusahaan adalah menetapkan aspirasi dalam menjalankan usaha dengan didukung oleh aturan asas usaha yang menguraikan standar usaha yang ditaati oleh setiap karyawan Unilever, dimanapun mereka berada di seluruh dunia. Aturan tersebut juga mendukung pendekatan terhadap tanggung jawab pengawasan dan perusahaan.

## 6. Bekerja dengan orang lain

Bersedia bekerjasama dengan para pemasok yang memiliki nilai kerja yang sama seperti perusahaan dan bekerja dengan standar yang sama seperti yang perusahaan lakukan.

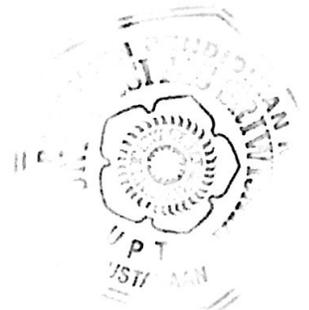
## 7. Memberikan pelayanan yang unik dan efektif

Di jantung tujuan perusahaan, yang membimbing kami dalam menjalankan pendekatan untuk menjalankan usaha, terdapat dorongan untuk melayani para pelanggan dengan cara yang unik dan efektif.

### ✚ Misi perusahaan Unilever yaitu:

Misi korporasi PT Unilever adalah meningkatkan vitalitas hidup. Hal tersebut dilakukan dengan cara memahami pelanggan dengan 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. Adapun misi perusahaan Unilever Indonesia yaitu:

- a. Menjadi yang pertama dan terbaik di kelasnya dalam memenuhi kebutuhan dan aspirasi konsumen.



- b. Menjadi rekan yang utama bagi pelanggan, konsumen dan komunitas.
- c. Menghilangkan kegiatan yang tak bernilai tambah dari segala proses.
- d. Menjadi perusahaan terpilih bagi orang-orang dengan kinerja yang tinggi.
- e. Bertujuan meningkatkan target pertumbuhan yang menguntungkan dan memberikan imbalan di atas rata-rata karyawan dan para pemegang saham.
- f. Mendapatkan kehormatan karena integritas tinggi, peduli kepada masyarakat dan lingkungan hidup.

#### 4.4 Lokasi dan Pabrik

Lokasi dan pabrik di Jakarta sebagai kantor pusat perusahaan dan pabrik terletak di Cikarang dan Surabaya.

#### 4.5 Pemegang Saham

Pemegang saham dan jumlah saham pada PT Unilever Indonesia Tbk ditunjukkan dengan tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Komposisi Pemegang Saham PT Unilever Indonesia Tbk**

| <b>Pemegang Saham</b>          | <b>Jumlah Saham</b> | <b>Persentase</b> |
|--------------------------------|---------------------|-------------------|
| Unilever Indonesia Holding B.V | 6.484.877.500       | 85%               |
| Publik                         | 1.145.122.500       | 15%               |
| Jumlah saham beredar           |                     | 100%              |

Sumber: [www.unilever.co.id](http://www.unilever.co.id)

Berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tanggal 13 Juni 2000, para pemegang saham menyetujui untuk melakukan pemecahan saham (*Stock split*)

dengan mengubah nilai nominal saham dari Rp 1.000 menjadi Rp. 100 per saham. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Singgih Susilo, SH No.19 tanggal 4 Agustus 2000 dan disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (dahulu Menteri Kehakiman) Republik Indonesia dalam surat keputusan No.C-18482 HT.01.01-TH.2000.

Pada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tanggal 24 Juni 2003, para pemegang saham menyetujui untuk melakukan pemecahan saham (*Stock split*) dengan mengubah nilai nominal saham dari Rp 100 menjadi Rp. 10 per lembar saham. Perubahan ini diaktakan dengan No.46 tanggal 10 Juli 2003 dari notaris Singgih Susilo, SH dan disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (dahulu Menteri Kehakiman) Republik Indonesia dalam surat keputusan No.C-17533 HT.01.04-TH.2003.

Saham biasa Unilever Indonesia tercatat di bursa efek Jakarta dan Surabaya. Telah diterbitkan 7.630.000.000 lembar saham biasa, masing-masing dengan nilai nominal Rp 10.00.

#### **Struktur modal**

- Modal Dasar : Rp 76.300.000.000,00
- Modal yang Ditempatkan : Rp 76.300.000.000,00
- Modal Disetor : Rp 76.300.000.000,00
- Nilai Nominal per saham : Rp 10.00

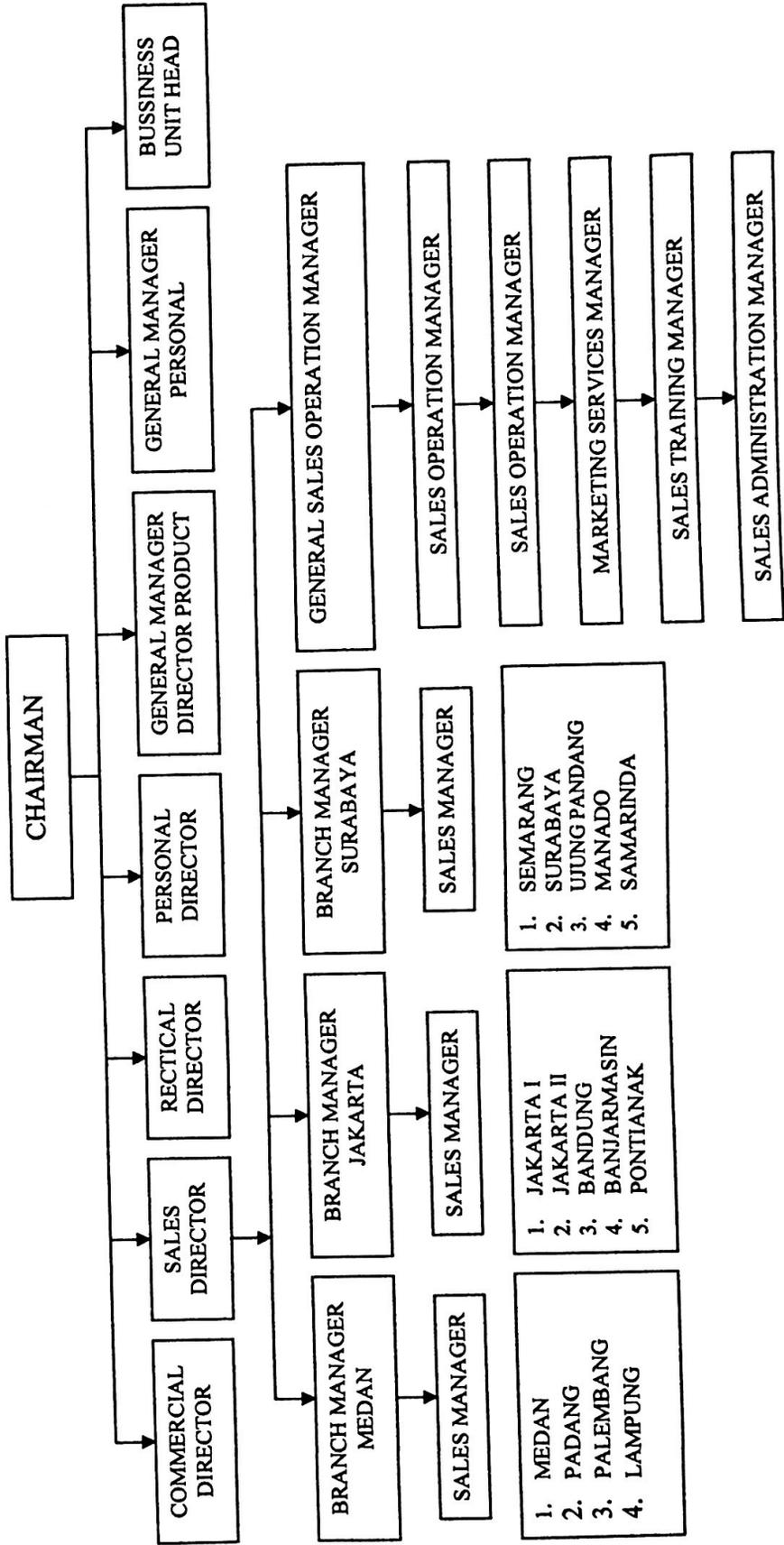
#### **4.6 Struktur Organisasi**

Untuk mencapai tujuan dan misi perusahaan, suatu perusahaan memerlukan struktur organisasi agar aktivitas perusahaan dapat berjalan lancar. Struktur organisasi ini berguna agar garis wewenang dan tanggung jawab dalam perusahaan jelas. Sehingga pengawasan atas kegiatan-kegiatan perusahaan dapat dilakukan dengan baik. Berikut ini adalah struktur organisasi PT Unilever Indonesia Tbk.

Gambar 4.3

STRUKTUR ORGANISASI

PT. UNILEVER INDONESIA, Tbk



## 4.7 Produk

Produk yang di hasilkan PT Unilever Indonesia Tbk terdiri dari :

a. *Home dan Personal Care*

Produk ini berkaitan dengan produk pembersih yang digunakan dalam rumah tangga dan produk kosmetik. Produk *Home dan Personal Care* terdiri dari : Axe, Citra, Clear, Lifebouy, Lux, Pepsodent, Ponds, Rexona, Rinso dan Sunlight.

b. *Foods dan Ice Cream*

Proодук ini berkaitan dengan produk-produk makanan, minuman dan es krim. Produk *Foods dan Ice Cream* terdiri dari : Bango, Blue Band, Royco, Sariwangi, Tarroo dan Wall's.

Produk yang dibahas pada penelitian ini adalah Rinso Anti Noda. Sebenarnya Rinso Anti Noda sendiri terdiri dari 3 jenis,yaitu

### 1. Rinso Anti Noda



Kegunaan produk :

Mengangkat noda kering yang membandel saat direndam. Sehingga mempermudah pencucian dengan sekali kucek.



## 2. Rinso Thousand Lilies Molto



Kegunaan produk :

Membersihkan noda di pakaian sekaligus memberi keharuman pada pakaian yang dicuci.

## 3. Rinso Color and Care



Kegunaan produk :

Membersihkan noda di pakaian sekaligus menjaga warna di pakaian agar tidak cepat mudah pudar.

## 4.8 Aktivitas Komunikasi Pemasaran Rinso Anti Noda

### 1. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Rinso Anti Noda melakukan promosi penjualan dengan cara memberi sampel produk kepada konsumen khususnya ibu-ibu rumah tangga. Hal ini dilakukan agar konsumen tersebut merasa dekat dengan produk ini hingga memiliki ketertarikan terhadap Rinso Anti Noda.

## 2. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Rinso Anti Noda memberikan layanan suara konsumen dalam bentuk komunikasi pemasaran yang berupa pemasaran langsung guna memberikan kesempatan bagi konsumen untuk memberi saran maupun kritik terhadap perusahaan terutama bagi produk Rinso Anti Noda.

## 3. Periklanan (*Advertising*)

Rinso Anti Noda melakukan promosi melalui media periklanan karena lebih dekat dengan konsumen. Rinso Anti Noda menghadirkan iklan-iklan yang dekat dengan pemikiran konsumennya mengenai deterjen. *Endonser* yang digunakan adalah *endonser* yang menjadi idola dalam masyarakat seperti Titi Dj dan Teuku Wisnu sebagai Duta Mereknya, sosok sempurna untuk mewakili kalangan ibu rumah tangga saat ini.