

^BAB II

TINJAUAN UMUM PT. TIGARAKSA SATRIA, TBK.

A. Sejarah Perusahaan

Menurut sumber yang didapatkan dari *website* resmi dan laporan keuangan tahunan PT Tigaraksa Satria, Tbk. bahwa PT Tigaraksa Satria, Tbk. berdiri pada tahun 1919 sebagai sebuah perusahaan dagang keluarga yang dijalankan oleh Widjaja, bisnis keluarga ini berkembang baik. Selanjutnya pada tahun 1960 tiga orang putra dari Widjaja mengambil alih bisnis utama dan mulai mengimpor produk konsumen sebagai tambahan bisnis utama. Pada mulanya lingkungan bisnis di Indonesia sebelum Perang Dunia ke-2 relatif kondusif. Lalu keadaan PT Tigaraksa Satria, Tbk. pernah mencapai titik terendah pada masa Perang Dingin di tahun 1966 dan pada saat itu keadaan lingkungan bisnis Indonesia berubah secara dramatis setelah Kemerdekaan Indonesia.

Tahun 1967 PT Tigaraksa Satria, Tbk. mulai mendistribusikan barang-barang ke beberapa wilayah di Indonesia secara luas. PT Tigaraksa Satria, Tbk. menjadi perusahaan perseroan yang didirikan di Jakarta, berdasarkan Akta No. 35 tanggal 17 November 1986 dari MMI Wiardi SH, Notaris di Jakarta. Kegiatan usaha utama perseroan adalah dibidang penjualan dan distribusi berskala nasional. Disamping itu terdapat pula kegiatan usaha lainnya melalui unit usaha usaha dan anak perusahaan. Pada 21 April 1990

saham PT Tigaraksa Satria, Tbk. *go public*, dengan mencatatkan sahamnya (Kode TGKA) di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya, keduanya pasar modal di Indonesia, yang sejak tahun 2007 bergabung menjadi Bursa Efek Indonesia.

Setelah menjadi perusahaan terbuka, PT Tigaraksa Satria, Tbk. mengalami perkembangan secara signifikan. PT Tigaraksa Satria, Tbk. mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam kurun waktu 28 tahun dan telah mampu menjadi salah satu dari lima perusahaan *sales and distribution* terbesar di Indonesia. PT Tigaraksa Satria, Tbk. memiliki mayoritas saham PT Blue Gaz Indonesia. Kini PT Tigaraksa Satria, Tbk. memiliki 3 unit bisnis lainnya, yaitu:

1. Penjualan dan pemasaran produk edukasi;
2. Pengisian ulang gas rumah tangga;
3. Layanan produksi dan pengemasan produk susu bubuk.

B. Visi dan Misi PT Tigaraksa Satria, Tbk.

Adapun visi dan misi PT Tigaraksa Satria, Tbk. sebagai berikut:

1. Visi

To succeed and excel as a Market Driven Sales Distribution Organization.

To Succeed dimana PT Tigaraksa Satria, Tbk. harus bisa mencapai target pertumbuhan dan target finansial yang telah ditetapkan agar

kelangsungan hidup (*sustainability*) perusahaan dapat terjamin secara jangka panjang.

To Excel terkait dengan proses yang dilakukan untuk bisa *succeed* semua proses, proses bisnis maupun proses penunjang, harus dieksekusi dengan prima sesuai standar yang telah ditetapkan dan harus dengan cara yang benar sesuai sistem dan prosedur yang berlaku. Proses kerja *excellent* didirikan dengan rendahnya tingkat penyimpangan dan kegagalan sehingga output yang dihasilkan dapat memenuhi bahkan melebihi harapan semua konsumen dari setiap proses.

Market Driven atau orientasi kepada pasar merupakan suatu keharusan di dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. PT Tigaraksa Satria, Tbk. harus benar-benar memahami ekspektasi pelanggan dan perkembangan pasar pada tiap bidang bisnis yang dijalaninya sebagai perusahaan berskala nasional, PT Tigaraksa Satria, Tbk. harus mampu memahami ekspektasi pelanggan dan perkembangan pasar pada tiap-tiap segmen dan area yang dirambah: “*think nationally act locally*”

2. Misi

Creating Value to Stakeholders.

Tugas utama PT Tigaraksa Satria, Tbk. ialah menciptakan *value* bagi para *customer* yaitu para prinsipal pengguna jasa yang PT Tigaraksa Satria, Tbk. berikan dan konsumen dari produk yang perusahaan distribusikan. PT Tigaraksa Satria, Tbk. berupaya untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan

konsumen agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen sesuai atau melebihi ekspektasi konsumen itu sendiri.

PT Tigaraksa Satria, Tbk. akan membina dan mengembangkan hubungan yang sangat baik dan bernilai tambah dengan para *trade channels*, dengan siapa PT Tigaraksa Satria, Tbk. bahu membahu agar para konsumen bisa mendapatkan kebutuhannya dimanapun mereka berada.

Semua pegawai dan Direksi PT Tigaraksa Satria, Tbk. harus memiliki kinerja yang tinggi karena kinerja mereka akan menentukan kinerja perusahaan.

PT Tigaraksa Satria, Tbk. membangun hubungan baik dengan rekanan dan mitra bisnis lainnya dalam bentuk kerja sama yang saling menguntungkan. Hal ini bisa terwujud apa bila hubungan tersebut bersifat jangka panjang dan dilandasi dengan tingkat kepercayaan yang tinggi.

PT Tigaraksa Satria, Tbk. akan menaati hukum, menjalankan *good corporate governance* dan membayar pajak kepada pemerintah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

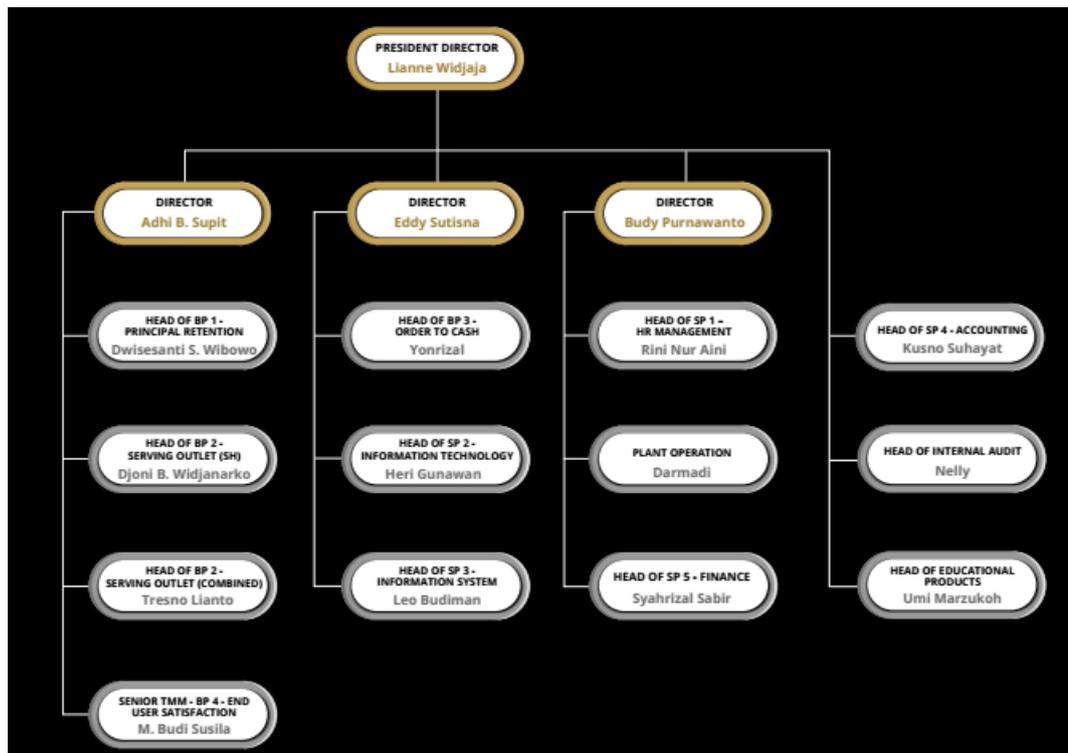
Para investor yang telah mempercayakan danannya untuk PT Tigaraksa Satria, Tbk. gunakan sebagai modal usaha, layak mendapatkan prioritas dan perhatian PT Tigaraksa Satria, Tbk. dalam berhubungan. Kerja sama dilakukan berdasarkan prinsip kehati-hatian, dengan kondisi dan persyaratan yang paling kompetitif dan menguntungkan kedua belah pihak.

Pada akhirnya usaha yang PT Tigaraksa Satria, Tbk. jalankan haruslah menghasilkan keuntungan agar kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan dapat terus dipertahankan. Keuntungan yang dihasilkan diharapkan memberi dampak positif terhadap kenaikan nilai saham dan jumlah dividen yang dibayarkan kepada para pemegang saham PT Tigaraksa Satria, Tbk.

C. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan susunan strata antara tiap posisi yang ada pada organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional dalam mencapai tujuan perusahaan itu sendiri. Adanya struktur organisasi ialah sebagai penggambaran dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lainnya dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Struktur organisasi dalam perusahaan sangat penting perannya untuk mendukung terlaksananya fungsi dan tujuan perngorganisasian dengan baik.

Adapun PT Tigaraksa Satria, Tbk. memiliki struktur organisasi sebagai berikut :



Gambar II. 1

Struktur Organisasi PT Tigaraksa Satria, Tbk.

Sumber : Laporan Keuangan Tahunan PT Tigaraksa Satria Tbk

Struktur organisasi PT Tigaraksa Satria Tbk, terdiri dari *Board of Director* yaitu *President Director*, *Director Core Processes* dan *Director Support Processes*. Level berikutnya adalah *Head of Process* dan *Head of Support Processes* yang terdiri dari *Principal Retention*, *Sales Operation (SH)*, *Sales Operation (Combined)*, *Logistic* dan *Trade Marketing*.

Dan berikut struktur organisasi Divisi Keuangan pada PT Tigaraksa Satria, Tbk. :

menemukan kendala yang belum bisa diselesaikan pada divisi *accounting*. Selain itu *Accounting Manager* juga bertugas dalam menganalisa akuntansi dan pendanaan pensiun pegawai PT Tigaraksa Satria, Tbk.

- b) *Officer Consumer Product* bertugas untuk menyelesaikan permasalahan yang belum bisa diselesaikan oleh kantor cabang maupun di *Head Office* terkait produk-produk dari prinsipal yang didistribusikan perusahaan maupun yang diterima perusahaan yang akan dipasarkan di pasaran. *Officer* juga bertugas dalam mengarahkan pencatatan neraca perusahaan sesuai dengan aktivitas perusahaan terhadap *staff*.
- c) *Officer Corporate* bertugas untuk membantu dalam pegawai akan menyelesaikan permasalahan terkait kegiatan perusahaan. *Officer* juga bertugas dalam mengarahkan pencatatan neraca perusahaan sesuai dengan aktivitas perusahaan terhadap *staff*.
- d) Supervisor AP (*Account Payable*) bertugas dan bertanggung terkait *supply chain*, menganalisa dalam kegiatan pembelian.
- e) Supervisor BM (*Brand Management*) bertugas dalam mengetahui dan menganalisa kebutuhan pembeli agar dapat berhasilnya penjualan produk.

3. Divisi ABC/M (*Activity Based Costing/Management*)

- a) *Manager ABC/M* bertugas dalam menganalisis dan mengevaluasi *costing* secara keseluruhan dan menyimpulkan hasil perusahaan apakah sudah efektif dan efisien dalam mengeluarkan biaya.
- b) *Supervisor ABC/M* bertugas menganalisis perusahaan dibidang manufaktur yang bekerja sama dengan PT Tigaraksa Satria, Tbk. terkait *cost*, aktivitas, biaya-biaya dan sekaligus *controlling* bahwa perusahaan manufaktur sudah berjalan dengan baik.
- c) *Staff ABC/M* bertugas melakukan analisis data terkait dengan *cost* perusahaan terkait dengan aktivitas perusahaan dibagian jasa, dari mulai biaya pengiriman, analisis retur barang, dan melakukan *controlling* bahwa perusahaan itu berjalan dengan baik atau belum dari sisi *cost*.

4. Divisi *Tax* (Pajak)

- a) *Manager Tax* bertugas untuk pembayaran PPN dan PPh , pembuatan eSPT PPN dan PPh, Posting awal eSPT PPN dan PPh, pelaporan *filling* PPN dan PPh, dan penyelesaian laporan rekonsiliasi dan ekualisasi per cabang dan nasional.
- b) *Officer Tax* PPN selain membantu *manager*, *officer* juga bertugas untuk mengingatkan kantor cabang untuk memproses pajaknya, memonitor dan membantu apabila terdapat kendala di kantor cabang, *closing* proses pajak, penyiapan dokumen dan pengajuan pembayaran PPN.

- c) *Officer Tax* PPh bertugas selain membantu *manager*, *officer* juga bertugas untuk mengingatkan kantor cabang untuk memproses pajaknya, memonitor dan membantu apabila terdapat kendala di kantor cabang, *closing* proses pajak, penyiapan dokumen dan pengajuan pembayaran PPh 21 dan 23.
- d) Supervisor PPh 21 bertugas untuk membuat rekonsiliasi PPh 21 dan menyiapkan pembayaran pelaporan PPh 21.
- e) Supervisor PPh 23 bertugas untuk mengevaluasi pembayaran pelaporan PPh 23 dan 4 ayat (2) ke semua cabang sesuai regionalnya.
- f) *Staff* PPN bertugas mengingatkan kantor cabang untuk proses Faktur Pajak dan kelengkapan Faktur Pajak, menarik data dari SAP dan e-Faktur, pencocokan data, dan membersihkan & melengkapi data-data e-Faktur.
- g) *Staff* PPh 21 bertugas membantu supervisor dalam membuat rekonsiliasi PPh 21.
- h) *Staff* PPh 23 bertugas membantu supervisor dalam membuat rekonsiliasi PPh 23.

D. Kegiatan Umum Instansi

Adapun kegiatan layanan PT Tigaraksa Satria, Tbk. sebagai berikut :

1. Penjualan dan Distribusi Barang Konsumsi

Layanan penjualan dan distribusi barang-barang konsumsi pada PT Tigaraksa Satria, Tbk. dilaksanakan oleh Unit Usaha *Consumer Product* (CP). Unit usaha ini memberikan kontribusi pendapatan penjualan terbesar pada PT Tigaraksa Satria, Tbk.. Konsumen dari Unit Usaha CP adalah para prinsipal dan outlet. Para prinsipal memasok produk-produk yang mereka hasilkan maupun yang mereka impor untuk didistribusikan oleh Unit Usaha CP. Unit Usaha CP sebagai distributor lalu menyalurkan produk-produk dari prinsipal kepada outlet-outlet. Outlet memiliki peran untuk menyediakan produk yang dipasok oleh Unit Usaha CP agar dapat dibeli oleh konsumen.

Pada tahun 2016 Unit Usaha CP memiliki 4 (empat) proses bisnis, yaitu: *Principal Acquisition & Retention*, *Serving Outlet*, *Order To Cash* (OTC) dan *End User Satisfaction*. Disamping itu, Unit Usaha CP juga memiliki 5 (lima) proses pendukung yaitu: Manajemen SDM, Keuangan, Akuntansi, Teknologi Informasi dan Sistem Informasi. Wilayah kerja Unit Usaha CP sendiri adalah di seluruh wilayah Indonesia. Unit Usaha CP sebagai distributor melengkapi dirinya dengan SDM, teknologi informasi, armada dan infrastruktur yang baik dan memadai dalam menunjang pendistribusian produk dengan baik. Di kota cabang-cabang PT Tigaraksa Satria, Tbk. berada, penjualan dan distribusi dilakukan secara langsung oleh cabang PT Tigaraksa Satria, Tbk. kepada outlet-outlet yang ada. Jenis outletnya pun bermacam-macam dari yang tradisional sampai modern, berikut jenis outlet PT Tigaraksa Satria, Tbk.:

- a. Outlet Tradisional, antara lain : grosir, toko-toko besar/menengah/kecil dan warung.
- b. Outlet Modern, antara lain : *hypermarket*, supermarket dan minimarket.

Untuk daerah-daerah lainnya dimana tidak ada kantor cabang PT Tigaraksa Satria, Tbk. kegiatan penjualan dan distribusi dilakukan oleh PT Tigaraksa Satria, Tbk. melalui lebih dari 50 sub-distributor di seluruh Indonesia. Sub-distributor disini adalah mitra perusahaan dengan tugas untuk menyalurkan barang ke outlet-outlet di daerah demarkasi yang telah ditentukan untuk mereka. Sistem, kebijakan, supervisi dan sistem administrasi penjualan ditentukan oleh PT Tigaraksa Satria, Tbk.

Berikut adalah daftar prinsipal dan merk produk yang distribusikan Unit Usaha CP:

KATEGORI / CATEGORY	PRINSIPAL / PRINCIPAL	PRODUK / PRODUCTS
A BABY FOOD	1 PT. Sarihusada Generasi Mahardhika	SGM Presinutri, Vitalac, Lactamil, Vitaplus, SGM Soya, LLM, BBLR
	2 PT. Wyeth Nutrition Sduaenam	S26, Promil, Procal, Promise, Nursoy
	3 PT. Nutricia Indonesia Sejahtera	Nutrilon, Nutrilon Royal, Nutrilon Soya, Nutrima
B OTHER FOOD	4 PT. Surya Jaya Abadi Perkasa	Corned Beef, Sopini, Sausage, Strawmushroom, Champignon mushroom, Sardines
	5 AB Food & Beverages (Thailand)	Ovaltine Powdered Drink
	6 PT. Yupi Indo Jelly Gum	Yupi (50 gr, 120 gr, gemelan, display box, yupina)
	7 PT. Multi Bintang Indonesia	Bir Bintang, Heineken, Bintang Zero, Green Sands
	8 PT. Simba Indosnack Makmur	Poppies, Cornflakes, Simba Choco, Turbo, Risotto, Oatmeal, Rizzi Bizzi, Tuffis
	9 PT. Mars Symbioscience Indonesia.	Pedigree, Whiskas, Cesar, Catsands
C BODY CARE & HOME CARE	10 PT. Singamas Indonesia	Fiesta Tea
	11 PT. DSG Suryamas Indonesia	Fitti, Petpet, Baby Love, Dispo123, & Certainty
	12 PT. Colgate-Palmolive Indonesia	Colgate, Palmolive
	13 PT. Philips Indonesia Commercial	Avent
	14 PT. Yasa Mitra Perdana	Caladine, JF Sulfur, Oilum, Belsoap
	15 PT. LF Asia Marketing Indonesia	Camay, St. Yves
	16 PT. DKT Indonesia	Fiesta Condoms

Gambar II. 3

Daftar Prinsipal dan Merk Produk yang Didistribusikan Unit Usaha CP

Sumber : Laporan Keuangan Tahunan PT Tigaraksa Satria, Tbk.

2. Penjualan Produk Edukasi

Layanan penjualan produk edukasi pada PT Tigaraksa Satria, Tbk. dilakukan oleh Unit Usaha *Educational Products* (EP). PT Tigaraksa Satria, Tbk. memiliki misi sosial terkait usaha ini yaitu : meningkatkan minat baca sekaligus juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas SDM di Indonesia. Konsumen dari produk EP adalah para prinsipal, *end user*, dan para *Educational Product Consultant* (EPC). Dimana prinsipal sebagai pemasok produk, *end user* ialah pengguna produk dan EPC yang merupakan ujung tombak Unit Usaha ini dapat sejalan dengan pendekatan *direct selling* yang digunakannya.

Pendistribusian produk EP ini tersebar di 15 kota besar di Indonesia yang dikelola oleh cabang-cabang Unit Usaha EP. Produk yang di distribusikan oleh Unit Usaha EP adalah buku pendidikan anak, buku metode belajar membaca Al-Quran dan buku ilmu pengetahuan lainnya. Berikut adalah daftar prinsipal dan merk produk yang distribusikan Unit Usaha EP:

PRINSIPAL PRINCIPAL	PRODUK PRODUCTS
1 ETL Learning	Widya Wiyata Pertama (WWP) - Rocket Walter, Learning Math With Albert (LMA); Childs First Value (CFV), English Time (ET) - rocket walter, Early Learning Program (ELP); Child First Learning (CFL) - Rocket Walter, Cakrawala Pengetahuan Dasar
2 NYCE	NYCE Begginer, NYCE Advance
3 PT. Cordoba International	Bunda Ajarkan Aku Ibadah (BAAI)
4 Al-Qolam	Mushaf Grand Maqamat, Mushaf Maqamat for Kids, Mushaf Al Qolam, Mushaf for Women, Hafizh Talking Doll, Kuma Talking Doll, Animal Series, Badanamu

Gambar II. 4

Daftar Prinsipal dan Merk Produk yang Didistribusikan Unit Usaha EP

Sumber : Laporan Keuangan Tahunan PT Tigaraksa Satria, Tbk.

3. Pengisian Ulang Gas Kebutuhan Rumah Tangga dan Penjualan & Distribusi Produk Peralatan Dapur.

Layanan pengisian ulang gas kebutuhan rumah tangga serta penjualan dan distribusi produk peratan dapur dilakukan oleh PT. Blue Gas Indonesia (BGI), yang merupakan anak perusahaan PT Tigaraksa Satria, Tbk.. Kepemilikan saham PT Tigaraksa Satria, Tbk. di PT. Blue Gas Indonesia sebesar 75%. Pengisian ulang gas rumah tangga dilakukan melalui *refilling center* yang berlokasi di Jakarta dan Gersik. Tabung gas sendiri dapat konsumen peroleh dari agen penjualan atau distributor yang tersebar di kota-kota besar di pulau Jawa.

Produk peralatan dapur yang di jual dan didistribusikan oleh PT. Blue Gas Indonesia pada awalnya adalah hanyalah kompor merk “Kompre” dan”Korina” yang dijual secara paket dengan tabung gas yang telah diisi. Kemudian PT. Blue Gas Indonesia mengalami peningkatan dengan menjual peraltan dapur listrik dengan merk “Vienta” produk yang dijual berupa: *smart cooker; blender; juicer; pressure cooker; double pan* dan *food processor*. Dan produk terbaru yang dijual oleh PT. Blue Gas Indonesia ialah *water-heater gas*. Penjualan dan distribusi produk-produk ini menggunakan sistem *direct selling*.

4. Produksi dan Pengemasan Susu Bubuk

Layanan produksi dan pengemasan susu bubuk dilakukan oleh Unit Usaha *Manufacturing Services* (MS). Tahun 2006 merupakan awal unit usaha ini menjalankan usahanya dengan memanfaatkan fasilitas produksi

yang dimiliki PT Tigaraksa Satria, Tbk. di Sleman - Yogyakarta. Fasilitas produksi unit usaha ini sudah menggunakan mesin dan peralatan laboratorium yang modern yang sudah sesuai dengan syarat *Good Manufacturing Practice* (GMP) dan telah mendapatkan sertifikat ISO 9001, HACCP, ISO 17025 serta sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Konsumen dari Unit Usaha MS adalah para prinsipal pemegang merk produk yang mempercayakan pengolahan produknya di pabrik milik PT Tigaraksa Satria, Tbk.. Berikut adalah daftar prinsipal dan merk produk yang didistribusikan Unit Usaha MS:

PRINSIPAL PRINCIPAL	PRODUK PRODUCTS
1 PT. Sarihusada Generasi Mahardhika	Lactamil
2 PT. Fonterra Brand Indonesia	Anlene, Animum, Bonetto
3 PT. Soho Industri Pharmasi	Susu Curcuma Plus, Dianeral
4 PT. Dexa Medica	Produgen, Chocomax

Gambar II. 5

Daftar Prinsipal dan Merk Produk yang Didistribusikan Unit Usaha MS

Sumber : Laporan Keuangan Tahunan PT Tigaraksa Satria, Tbk.