
**KETERBUKAAN INFORMASI (*FULL DISCLOSURE*) PERUSAHAAN PUBLIK
DI SEKTOR INDUSTRI PERTAMBANGAN BATUBARA
PT BUMI RESOURCE, Tbk. DALAM MENJAGA LIKUIDITAS SAHAM
(*STOCK LIQUIDITY*)**

Budi Santoso¹, Novita Damayanti², Razie Razak³

¹ STISIPOL Candradimuka Palembang, Indonesia, budi.santoso@stisipolcandradimuka.ac.id

² Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia, novita.damayanti@dsn.moestopo.ac.id

³ Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia, razie.razak@mercubuana.ac.id

DOI: 10.17605/OSF.IO/DH9JB

ABSTRAK

Ciri mendasar dari investor relations adalah keterbukaan informasi secara penuh (*full disclosure*) bagi perusahaan yang telah *go-public* melalui pasar modal dan bergelar “Tbk.” kepada publik. Sebuah perusahaan yang sudah menyatakan *go-public*, maka sejak itu pula perusahaan tersebut memiliki tanggung jawab keterbukaan informasi mengenai kegiatan atau tindakan internal perusahaan kepada seluruh *stakeholders* perusahaan terutama kepada para investornya, termasuk saat perusahaan publik sedang mengalami krisis internal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan alat-alat komunikasi dalam rangka melaksanakan keterbukaan informasi publik oleh perusahaan publik (Emiten) dalam menjaga likuiditas saham. Penelitian dilaksanakan di kantor PT Bumi Resources, Tbk., lantai 12th Bakrie Tower Jalan Epicentrum Utama Raya, Rasuna Epicentrum Kuningan, Jakarta Selatan. Tipe penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data meliputi: a) Data Primer berupa wawancara mendalam dengan informan utama dan data dari perusahaan, dan b) Data Sekunder yang diperoleh melalui kepustakaan seperti bahan bacaan buku, jurnal, artikel, dan penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini. *Communication tools* yang dilakukan oleh divisi investor relations terdiri dari; Press release, News, Laporan Tahunan, *Analyst Meeting*, RUPS, Situs Web, *Contact Center*, *Financial Reports*, *Financial Media Meeting* dan *Financial Advertising*. Penggunaan *tools* tersebut tergantung kepada situasi dan kondisi yang dihadapi oleh perusahaan.

Kata Kunci: Public Relations, Investor Relations, Keterbukaan Informasi

ABSTRACT

A fundamental characteristic of investor relations is the full disclosure of information for the companies that have gone public through the capital market and have the title "Tbk". To public, a company that has declared going public, having the responsibility to disclose any information regarding the activities or internal actions of the company to all stakeholders, especially to its investors, counting when a public company is experiencing an internal crisis. The purpose of this study was to determine the use of communication tools in order to carry out public information disclosure by public companies (issuers) in maintaining stock liquidity. The study was conducted at the office of PT Bumi Resources, Tbk., 12th floor Bakrie Tower Jalan Epicentrum Utama Raya, Rasuna Epicentrum Kuningan, South Jakarta. The type of research used is descriptive with a qualitative approach. Techniques used in data collection include: a) Primary data in the form of in-depth interviews with key informants and data from the company, and b) Secondary Data obtained through literature such as books, journals, articles, and previous research related to this research. Communication tools carried out by the investor relations division consist of; Press release, News, Annual Report, Analyst Meeting, GMS, Website, Contact Center, Financial Reports, Financial

Media Meeting and Financial Advertising. The use of these tools depends on the situation and conditions faced by the company.

Keywords: *Public Relations, Investor Relations, Information Openness*

PENDAHULUAN

Di tengah era perkembangan pasar modal (*capital market*) dewasa ini, perusahaan-perusahaan publik di Indonesia telah menyadari dan memahami manfaat dari pelaksanaan kegiatan investor relations yang memegang peranan penting terhadap perusahaan publik dalam membangun dan menjaga hubungan baik dengan salah satu *stakeholder*-nya yakni para investor sebagai pihak penanam modal.

Investor relations merupakan sebuah konsep yang telah berkembang di kalangan para pelaku bisnis di negara-negara maju, tidak terkecuali di Indonesia. Kemunculan investor relations sebagai bagian dari aktivitas *Corporate Communication* dalam ranah Public Relations tidak lepas dari perkembangan pesat perusahaan-perusahaan yang melakukan aksi perusahaan (*corporate action*) yaitu *go-public*.

Tujuan aksi perusahaan dengan cara *go-public* bagi perusahaan adalah sebagai sarana pembiayaan usaha. Melalui penerbitan saham atau obligasi, perusahaan dapat mendanai berbagai kebutuhan belanja modal (*Capital expenditure*) jangka panjang, tanpa tergantung pada pinjaman yang berasal dari Bank atau pinjaman luar negeri (Fakhrudin, 2008: 1).

Investor Relations berperan penting bagi perusahaan publik untuk membantu

mengidentifikasi strategi komunikasi yang paling tepat dan efektif dalam menyampaikan informasi perusahaan serta dapat menjaga hubungan baik yang saling menguntungkan dengan para investor agar dapat mempersuasi *financial audience* perusahaan (Theaker, 2012: 319).

Ciri mendasar dari investor relations adalah keterbukaan informasi secara penuh (*full disclosure*) bagi perusahaan yang telah *go-public* melalui pasar modal dan bergelar “Tbk.” kepada publik. Sebuah perusahaan yang sudah menyatakan *go-public*, maka sejak itu pula perusahaan tersebut memiliki tanggung jawab keterbukaan informasi mengenai kegiatan atau tindakan internal perusahaan kepada seluruh *stakeholders* perusahaan terutama kepada para investornya.

Pasar modal merupakan sarana bagi peningkatan nilai perusahaan melalui serangkaian aksi penciptaan nilai (*value creation*) yang ditopang oleh keterbukaan informasi secara penuh (*full disclosure*). Transparansi perusahaan akan berdampak pada efisiensi usaha, yang berlanjut dengan dampak pada peningkatan laba. Peningkatan laba merupakan salah satu faktor penting bagi keunggulan daya saing perusahaan secara berkelanjutan dan pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan harga saham di pasar modal (*capital market*). Peningkatan

harga saham merupakan wujud apresiasi investor akan kinerja perusahaan publik serta keyakinan akan peningkatan kinerja di masa mendatang (Fakhrudin, 2008: 4).

Tujuan utama dari aktivitas investor relations adalah untuk membantu perusahaan *go-public* dalam mempromosikan saham atau obligasi yang diterbitkannya. Perusahaan publik diwajibkan untuk memberikan akses informasi yang sama kepada seluruh pelaku pasar modal, agar seluruh pelaku tersebut memiliki persamaan informasi yang cukup, sehingga valuasi harga saham yang diperdagangkan diharapkan memiliki penilaian yang wajar (Guimard, 2008: ix).

Secara khusus, strategi investor relations juga sangat diperlukan untuk menjaga likuiditas saham (*stock liquidity*) di perusahaan yang telah menyatakan *go-public*. Likuiditas saham (*Stock Liquidity*) dapat diartikan sebagai seberapa cepat saham tersebut dapat dijual di pasar. Bila investor menjual dengan harga yang wajar dan langsung terjual, maka saham tersebut termasuk likuid (Manurung, 2013:10).

Likuiditas saham menjadi pertimbangan di urutan pertama bagi investor dalam keputusan pembelian sebuah saham. Alasannya, yakni agar keinginan investor dapat terpenuhi bila menginginkan dana tunai dengan cepat (Manurung, 2013: 11).

Salah satu sektor industri perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia yang cukup banyak diminati para investor adalah sektor pertambangan batu bara. Ketatnya persaingan

industri perusahaan batu bara yang melakukan aksi *go-public* membuat perusahaan publik di sektor tersebut harus membangun hubungan baik dengan para investornya. Diantaranya adalah PT Adaro Energy, Tbk. dan PT Tambang Bukit Asam, Tbk.

PT Adaro Energy, Tbk. (Kode IDX di Bursa Efek Indonesia: ADRO) merupakan sebuah perusahaan pertambangan batu bara yang berdiri pada tahun 1982. Perusahaan dinobatkan sebagai produsen batu bara terbesar keempat di dunia dengan kapitalisasi pasar (market capitalization) pada tahun 2012 tercatat sebesar US\$ 5,3 miliar. Pencapaian tersebut menjadikan perusahaan sebagai produsen batu bara dengan kapitalisasi pasar terbesar di Bursa Efek Indonesia (Laporan Tahunan ADRO, 2012).

PT Tambang Bukit Asam, Tbk. (kode IDX: PTBA) adalah badan usaha milik negara yang bertujuan mengembangkan usaha pertambangan nasional khususnya batu bara. PTBA merupakan satu di antara lima besar produsen batu bara di Indonesia (Laporan Tahunan PTBA, 2012). IDX adalah kode pasar modal internasional untuk *Indonesia Stock Exchange* (Bursa Efek Indonesia/BEI).

Kesuksesan kedua perusahaan tambang batu bara di ranah pasar modal tersebut tidak terlepas dari strategi investor relations yang dikelola dengan baik oleh perusahaan publik tersebut. Salah satu bentuk pengelolaan investor relations adalah dengan adanya keterbukaan informasi perusahaan publik. Perusahaan secara aktif melaporkan segala

kegiatan dan aksi korporasinya di dalam laporan tahunannya (*Annual Report*) dan *diposting* di situs web resmi perusahaan sehingga publik dapat mengunduhnya dalam bentuk *softcopy* dan perusahaan membagikan Laporan Tahunan dalam bentuk *hardcopy* khusus kepada para investornya secara berkala dan konsisten setiap tahunnya. Hal tersebut menjadi bagian dari titik ukur tingkat keberhasilan kinerja komunikasi keuangan (*financial communication*) sebuah perusahaan publik. Dalam hal ini, investor relations memiliki tanggung jawab untuk menghasilkan kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Satu lagi produsen batu bara thermal terbesar di Indonesia adalah PT Bumi Resources, Tbk. (kode IDX: BUMI) sekaligus sebagai perusahaan pengelola sumber daya alam. Menarik untuk dipilih sebagai obyek penelitian karena di saat perusahaan mengalami krisis internal di awal tahun 2013 yang berdampak terhadap menurunnya kinerja keuangan dan berlanjut pada terkoreksinya harga saham perusahaan ini di pasar modal namun di saat yang sama perusahaan ini dikategorikan sebagai LQ45 atau kategori saham yang likuid oleh Bursa Efek Indonesia (kode pasar modal: IDX) saat itu. Peristiwa yang jarang terjadi pada perusahaan publik (Emiten) di Indonesia (Publikasi Data Statistik IDX LQ45, Agustus 2013: 62-65).

Krisis internal tersebut dipicu perseteruan antara Nathaniel Rothschild sebagai wakil komisaris utama (pemegang

saham perseroan 10%) dengan grup Bakrie (pemegang saham perseroan sebesar 23,5%). Pertarungan sengit antara Rothschild dan grup Bakrie akhirnya menemukan titik temu. RUPS Luar Biasa PT Bumi Resources, Tbk. yang dilaksanakan di London 21 Februari 2013 memutuskan jika grup Bakrie yang menjadi pemenangnya. Pertemuan pemegang saham itu sepakat menolak usulan Rothschild untuk merombak jajaran direksi dan komisaris.

Harga komoditas batu bara saat itu juga menjadi salah satu penyebab melemahnya saham BUMI. Harga batu bara diproyeksikan terus menurun akibat prospeknya yang suram akibat impor dari China menyusut dan suplai komoditas berlebih. Pada tahun 2013, harga batu bara menyentuh level US\$ 79,85 per MT (Kontan, 3 Februari 2014: 7).

Akibat pemberitaan isu krisis finansial dan skandal bisnis tersebut, disertai kinerja keuangan yang terus menunjukkan penurunan dan berujung pada koreksi harga saham. Harga saham BUMI pada penutupan perdagangan saham periode 27-30 Januari 2014 ditutup pada level Rp. 333 per saham dengan volume perdagangan sebanyak 149.451.000 saham (Kontan, 3 Februari 2013: 10).

Namun dibalik tren penurunan harga tersebut, jumlah volumen saham yang diperdagangkan oleh BUMI dinilai sebagai saham yang likuid. BUMI masuk dalam daftar LQ45 yang dikeluarkan oleh BEI. LQ45 adalah daftar perusahaan-perusahaan publik

(Emiten) di Indonesia yang masuk dalam LQ45, Agustus 2013: 62-65).
kategori likuid (Publikasi Data Statistik IDX

Saham LQ 45 2013

Daftar Perusahaan yang masuk dalam perhitungan indeks LQ 45 2013 di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Periode Februari 2013 – Juli 2013

Lampiran Pengumuman BEI No. Peng-00016/BEI.PSH/01-2013 tanggal 25 Januari 2013 :

No	Kode Saham	Nama Emiten	Keterangan
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	Tetap
2	ADRO	Adaro Energy Tbk	Tetap
3	AKRA	AKR Corporindo Tbk	Tetap
4	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk	Tetap
5	ASII	Astra International Tbk	Tetap
6	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk	Tetap
7	BBCA	Bank Central Asia Tbk	Tetap
8	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	Tetap
9	BBRI	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	Tetap
10	BBTN	Bank Tabungan Negara (persero) Tbk	Baru
11	BDMN	Bank Danamon Tbk	Tetap
12	BHIT	Bhakti Investama Tbk	Tetap
13	BKSL	Sentul City Tbk	Tetap
14	BMRI	Bank Mandiri (Perseri) Tbk	Tetap
15	BMTR	Global Mediacom Tbk	Baru
16	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk	Tetap
17	BUMI	Bumi Resources Tbk	Tetap

KAJIAN LITERATUR

Investor Relations

Terdapat banyak pengertian tentang investor relations, seperti yang didefinisikan oleh para ahli berikut di bawah ini:

Pengertian investor relations menurut Donald Allen (Cole, 2004: 3) dalam buku karya Benjamin Mark Cole yang berjudul *The New Investor Relations Expert Perspective on The State of The Art* adalah berikut ini:

“Investor relations is a proactive and strategic executive function that combines elements of finance, communications and

marketing to provide the investment community with an accurate portrayal of both a company’s current performance and its future prospect.”

Pengertian lainnya menurut Cutlip, Center dan Broom dalam bukunya *Effective Public Relations 10th Edition* (Broom, 2009: 39) mendefinisikan investor relations sebagai:

“Investor relations is a specialized part of corporate Public Relations that builds and maintain mutually beneficial relationship with shareholders and other in the financial community to maximize market value.”

Dari kedua definisi tersebut di atas bahwa investor relations berperan sebagai fungsi eksekutif dan strategis di dalam perusahaan publik yang bertugas untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan para investor sebagai pemegang sahamnya dan pihak lainnya dalam komunitas keuangan (pasar modal) untuk memaksimalkan nilai pasar saham perusahaan.

Tujuan mendasar investor relations adalah: (1) menciptakan pasar investasi (*investment marketplace*) yang memiliki informasi lengkap tentang perusahaan tersebut, (2) menciptakan sebuah perusahaan yang memiliki informasi lengkap tentang pilihan-pilihannya di pasar investasi, termasuk (3) membangun kesadaran (*awareness*) dan pengertian (*understanding*) tentang perusahaan dan meningkatkan *market value* sehingga saham tervaluasi dengan harga yang wajar (Broom, 2009: 39).

Publik utama investor relations terbagi dalam dua bagian besar, yakni *investor* dan *intermediaries*. Investor masih terbagi lagi dalam *institutional investor* dan *retail/individual investor*. Sedangkan *intermediaries* (perantara) terbagi lagi dalam media, *sell-side analyst* dan *rating agencies* (Argenti, 2009: 147-154).

Alat-alat komunikasi (*communications tools*) seorang Investor Relations dalam rangka penerapan keterbukaan informasi kepada publik adalah (Guimard, 2008: 119-150):

1. Press Release (*Financial Release*)

2. Visual, Presentasi *Slideshow*
3. *Online Investor Relations*
4. Blog dan Media Sosial
5. Laporan Tahunan (*Annual Report*)
6. *Shareholder Letter*
7. *Financial Advertising*
8. *Press Kits*
9. *Public Meetings*
10. *Solving the "Who Meets Who" Problem*
11. *Investor Relations Meetings Tactic*
12. *One-to-One Meetings*
13. *Roadshows*
14. *Reverse Roadshow*
15. *Conferences*
16. *Analyst and Investor Days*
17. *Conference Calls*
18. *Open Days*
19. Rapat Umum Pemegang Saham (*Annual General Meeting*)
20. *Factbooks*
21. *Written Disclosure Policy*
22. *Shareholder Guide*
23. Laporan *Corporate Social Responsibility*
24. *Fact Sheets*
25. *Deploying Technological Innovation in Investor Relations*

Saham dan Likuiditas Saham (*Stock Liquidity*)

Saham (*Stock*) adalah sertifikat kepemilikan atas suatu perusahaan (Suwanda,

2009: 11). Pada sertifikat itu tidak dituliskan jatuh tempo dana yang diinvestasikan oleh pembeli surat berharga saham yang diterbitkan. Pembeli saham otomatis akan menjadi seorang (pihak) pemegang saham. Pemegang saham (investor) tidak mempunyai jatuh tempo atau selama perusahaan berdiri atau sampai perusahaan dilikuidasi (Manurung, 2013: 8-9). Jika ada pembeli yang menginginkan saham tersebut, mereka menawar saham tersebut (*bid*). Sebaliknya ketika ingin menjualnya, maka menawarkan saham tersebut (*offer/ask*) (Suwanda, 2009: 11).

Bila saham sebagai surat berharga diperjualbelikan di pasar modal (Bursa Efek) secara bebas, maka harga sebuah saham bisa mengalami kenaikan maupun penurunan harga akibat permintaan dan penawaran pada pasar (Wijaya, 2012: 3).

Saham (*Stock*) dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu saham preferen dan saham biasa. Pemegang saham preferen memiliki hak voting di dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) dan mempunyai hak pembagian keuntungan perusahaan (*dividen*) setiap tahunnya. Dividen akan dibayarkan kepada pemegang saham (*investor*) pada tahun berikutnya ketika perusahaan publik mengalami keuntungan. Tidak ada kewajiban bagi pemegang saham biasa untuk mendapatkan dividen setiap tahun. Keputusan adanya dividen merupakan kebijakan pada RUPS (Manurung, 2013: 10).

Pemegang saham preferen memiliki hak yang sama dalam pembagian harta perusahaan yang dibayar secara proporsional bila perusahaan dilikuidasi setelah pembayaran hutang perusahaan dilunasi. Bila nilai aset yang dimiliki tidak cukup untuk membayar hutang perusahaan, pemegang saham tidak menerima apapun dan tidak juga membayar kekurangan hutang akibat aset yang kurang tersebut (Manurung, 2013: 11).

Likuiditas saham (*Stock Liquidity*) dapat diartikan sebagai seberapa cepat saham tersebut dapat dijual di pasar. Bila investor menjual dengan harga yang wajar dan langsung terjual, maka saham tersebut termasuk likuid (Manurung, 2013:10).

Likuiditas saham menjadi urutan pertama bagi investor sebagai pertimbangan dalam membeli sebuah saham. Alasannya, yakni agar keinginan investor dapat terpenuhi bila menginginkan dana tunai dengan cepat (Manurung, 2013: 11).

Di Indonesia, Bursa Efek Indonesia (BEI) menggolongkan perusahaan-perusahaan publik yang likuid ke dalam kelompok/kategori LQ45. Pengkategorian ini dilakukan berdasarkan data perdagangan saham di pasar Bursa Efek Indonesia. Indeks LQ45 terdiri dari 45 Emiten (sebutan untuk perusahaan publik) dengan likuiditas (*Liquid*) tinggi, yang diseleksi melalui beberapa kriteria pemilihan dan penilaian. Selain penilaian atas likuiditas, seleksi atas emiten-emiten tersebut juga mempertimbangkan kapitalisasi pasar. Kriteria suatu emiten dapat

masuk dalam perhitungan indeks LQ45 adalah mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut (Buku Panduan Indeks Saham BEI, 2010: 11):

1. Telah tercatat di BEI minimal 3 bulan.
2. Aktivitas transaksi di pasar reguler yaitu Nilai, Volume, dan Frekuensi transaksi.
3. Jumlah hari perdagangan di pasar reguler.
4. Kapitalisasi pasar pada periode tertentu.
5. Selain mempertimbangkan kriteria likuiditas dan kapitalisasi pasar, akan dilihat juga keadaan keuangan dan prospek pertumbuhan perusahaan tersebut.

Perusahaan Publik atau Perusahaan Terbuka (Tbk.)

Definisi perusahaan publik atau perusahaan terbuka (Tbk.) adalah perusahaan yang telah menawarkan sahamnya atau obligasi (surat hutang) kepada publik. Biasanya pemegang saham perusahaan akan melebihi 300 pihak dan bursa efek menginginkan jumlah pemegang saham perusahaan melebihi 1.000 pihak (Manurung, 2013: 12).

Di Indonesia, syarat bagi suatu perusahaan agar dapat menjadi perusahaan *go-public* adalah setiap Perseroan Terbatas telah beroperasi sekurang-kurangnya 12

bulan, memiliki Aktiva Bersih Berwujud sekurang-kurangnya Rp. 5.000.000.000,- (lima miliar rupiah) dengan laporan keuangan auditan tahun buku terakhir memperoleh opini Wajar Tanpa Pengecualian dari akuntan publik yang terdaftar di Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam). Menjual sekurang-kurangnya 50.000.000 (lima puluh juta) saham atau 35 (tiga puluh lima) persen dari jumlah saham yang diterbitkan dan jumlah pemegang saham publik sekurang-kurangnya 500 (lima ratus) pihak (Corporate Secretary PT Bursa Efek Indonesia, 2005: 5).

METODOLOGI DAN NARA SUMBER

Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian deskriptif adalah salah satu metode penelitian yang banyak digunakan pada penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu kejadian. Metode penelitian deskriptif adalah sebuah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan, menginterpretasikan sesuatu fenomena, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, dengan menggunakan prosedur yang ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil pengamatan, wawancara, catatan lapangan, dan studi dokumentasi.

Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui alat-alat komunikasi investor relations dalam rangka keterbukaan informasi publik.

Informan utama adalah nara sumber kunci yang dituju untuk dimintai keterangan tentang topik yang diteliti oleh peneliti. Yang menjadi nara sumber dalam penelitian ini adalah:

1. Achmad Reza Widjaja, Ph.D, Vice President Investor Relations PT Bumi Resources, Tbk.
2. Allya Siska Nadya, Public Relations Coordinator PT Bumi Resources, Tbk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Bumi Resources, Tbk. (Kode IDX: BUMI) merupakan perusahaan pengelola sumber daya alam sekaligus produsen batu bara thermal besar di Indonesia. Tingginya jumlah persediaan dan jumlah tambang yang dimiliki telah menempatkan perseroan sebagai pemain penting dalam memenuhi kebutuhan energi dalam negeri dan juga sebagai eksportir. Sebagai perusahaan batu bara, BUMI mencatat laju pertumbuhan tercepat di Asia dan kedua tercepat di dunia (Laporan Tahunan BUMI, 2012). BUMI

merupakan kategori perusahaan *business to business* (B2B).

Pada tanggal 18 Juli 1990, BUMI memperoleh pernyataan efektif dari BAPEPAM-LK untuk melakukan *Initial Public Offering* (IPO / Penawaran Umum Perdana Saham) perusahaan kepada publik sebanyak 10.000.000 lembar saham dengan harga penawaran Rp. 4.500 per saham. Saham tersebut resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 30 Juni 1990. Saat ini, perusahaan merupakan *holding company* yang bergerak di bidang pertambangan. Perusahaan tergabung dalam kelompok usaha Bakrie. Jumlah saham yang dimiliki oleh Investor BUMI sebanyak 20.773.400.000 saham (Laporan Tahunan BUMI, 2012).

Kantor pusat perseroan beralamat di Lantai 12 Gedung Bakrie Tower, Rasuna Epicentrum, Jalan H.R. Rasuna Said, Jakarta Selatan 12940. BUMI beroperasi melalui empat perusahaan tambang batu bara diantaranya; PT Arutmin Indonesia, PT Kaltim Prima Coal (KPC), PT Pendopo Energy Batubara, dan PT Fajar Bumi Sakti. Arutmin dan KPC merupakan dua perusahaan tambang batu bara terbesar di Indonesia yang memiliki sejarah produksi maupun kinerja kesehatan, keselamatan kerja dan lingkungan yang telah terbukti.

Divisi Investor Relations BUMI melakukan proses penyusunan strategi komunikasi investor relations berdasarkan latar belakang, tujuan serta *target audience*

dari perusahaan. Kegiatan komunikasi perusahaan tersebut dijalankan agar pesan yang ingin disampaikan melalui *communication tools* yang ditentukan secara tepat, dapat sampai kepada investor dan khalayak finansial BUMI secara tepat pula.

Awal terbentuknya divisi Investor Relations di BUMI diawali pada tahun 1997 saat BUMI mengakuisisi PT Bumi Modern, Tbk. dari Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912. Pada saat itu, diputuskan untuk mengubah bisnis utama BUMI yang merupakan bidang perhotelan dan pariwisata, menjadi bidang pertambangan, minyak dan gas alam. Perseroan juga melakukan penerbitan saham baru (*right issue*) sebanyak 9,306 miliar saham, membuat perusahaan menjadi perusahaan publik dengan investor yang paling banyak di Indonesia.

Berangkat dari hal tersebut dibutuhkanlah suatu divisi yang dapat melayani investor BUMI yang dikenal dengan investor relations. Sehingga saat ini BUMI telah memiliki divisi investor relations yang bertanggung jawab untuk memberikan layanan informasi kepada para investor dan khalayak finansial. Tujuannya adalah agar investor merasa nyaman ketika berinvestasi di BUMI karena kebutuhan informasinya telah terpenuhi oleh divisi tersebut.

Pelaksanaan kegiatan dan fungsi investor relations BUMI dijalankan oleh divisi investor relations yang berfokus pada strategi komunikasi kepada investor dan khalayak finansial. Divisi tersebut terbagi

menjadi tiga subdivisi yang mempunyai perbedaan fungsi dan tanggung jawab. Ketiga subdivisi tersebut adalah; Corporate Secretary, Public Relations dan Investor Relations. Ketiga nya dipimpin oleh Direktur Investor Relations yang dibantu oleh seorang *Vice President* Investor Relations.

Investor relations BUMI menjadi sebuah media komunikasi bagi para investornya sekaligus bertugas untuk meng-*counter* pemberitaan buruk mengenai perusahaan di media massa. Karena BUMI termasuk dalam kategori perusahaan yang perdagangan sahamnya sangat aktif dengan total tujuh ribu pemegang saham yang aktif baik investor institusional maupun investor retail, sehingga dengan munculnya gosip atau isu buruk mengenai perusahaan akan mempengaruhi kinerja harga saham perseroan di Bursa Efek dan hal tersebut akan merugikan bagi para investor (pemegang saham) yang masih awam. Pemegang saham yang awam biasanya akan langsung mengajukan hak jual sahamnya bila mendengar isu-isu buruk tersebut.

BUMI memiliki beberapa tujuan dalam melaksanakan kegiatan investor relations, yakni untuk (1) menarik investor baru, (2) *me-retain* investor yang sudah ada, (3) meningkatkan jumlah investasi investor di perusahaan, (4) meningkatkan harga saham dan menjaga saham agar tetap likuid dengan keterbukaan informasi kepada publik, serta (5) mendapatkan kepercayaan dari investor

terhadap *performance* dan aksi-aksi korporasi yang ada di BUMI.

Audience dari Divisi Investor Relations BUMI diantaranya para Investor (baik institusional maupun retail), Media terutama media ekonomi dan keuangan, para Analis dan Lembaga Regulator Pasar Modal di Indonesia seperti Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Communication tools yang dilakukan oleh divisi investor relations terdiri dari; Press release, *News*, Laporan Tahunan, *Analyst Meeting*, RUPS, Situs Web, *Contact Center*, *Financial Reports*, *Financial Media Meeting* dan *Financial Advertising*. Penggunaan *tools* tersebut tergantung kepada situasi dan kondisi yang dihadapi oleh perusahaan.

Siaran pers (termasuk *Financial Release*) BUMI didistribusikan melalui media *online* di situs web resmi perusahaan www.bumiresources.com. Perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia dan *traffic* penggunaan internet sudah semakin tinggi sehingga BUMI melihat bahwa media internet bisa menjadi media komunikasi strategis untuk menyebarkan press release. Penggunaan media *online* berupa situs web bermanfaat agar akses publik terhadap informasi BUMI lebih cepat dan akurat. Press release di situs web tersebut dapat diunduh tanpa memerlukan akun khusus.

Serupa dengan *press release*, berita (*news*) tentang BUMI didistribusikan menggunakan media *online* di situs web perusahaan. Dengan adanya situs web

perusahaan dapat mengunggah beritanya di situs dan publik dapat segera membacanya.

Laporan Tahunan (*Annual Report*) perusahaan merupakan laporan perkembangan pencapaian yang berhasil diraih organisasi dalam kurun waktu satu tahun. Isi laporan tahunan tersebut mencakup laporan keuangan dan kinerja perusahaan (*corporate performance*) selama satu tahun dan dikeluarkan oleh BUMI pada tanggal 30 April setiap tahunnya. Laporan Tahunan BUMI merupakan tanggung jawab perusahaan kepada seluruh *stakeholders* dan *shareholders* perusahaan. Laporan Tahunan tersebut dilaporkan setiap tahun kepada regulator pasar modal Indonesia yaitu Bursa Efek Indonesia (BEI). BUMI mulai menyusun laporan tahunan pada bulan Januari hingga April setiap tahunnya. Laporan tahunan yang diterbitkan oleh BUMI merupakan bagian dari implementasi *Good Corporate Governance* (GCG), terutama mengenai prinsip keterbukaan dan pertanggungjawaban.

BUMI berkomunikasi dengan para analis investasi melalui sebuah pertemuan dengan tujuan untuk *approaching* dan mempersuasi para analis di bank Investor agar merekomendasikan saham BUMI kepada calon-calon investor. Pada pertemuan tersebut pihak BUMI memaparkan kinerja saham dan *opportunity* BUMI sehingga para analis investasi di perusahaan sekuritas dan bank investor mendapatkan informasi dari sumbernya secara langsung.

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) BUMI mengundang seluruh investor untuk hadir dalam RUPS yang diadakannya. Rapat umum tersebut dapat dilakukan jika jumlah investor yang hadir memenuhi jumlah kuorum. Jika ada investor yang berhalangan hadir dapat diwakilkan dengan melampirkan surat kuasa pada orang yang ditunjuk sebagai perwakilan oleh investor. RUPS membahas *action plan* yang ingin dilakukan pada BUMI selanjutnya. Setelah proses penyampaian, investor yang hadir dapat melakukan *voting* persetujuan atau tidak setuju. Jumlah *voting* terbanyak yang menentukan masa depan aksi korporasi perusahaan. Hasil RUPS akan dicatatkan oleh Notaris yang ditunjuk dalam berita acara yang ditandatangani oleh saksi-saksi yang hadir dalam RUPS tersebut.

Situs web BUMI berisi halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses kapan saja dan di mana saja oleh publik yang berkepentingan. Halaman situs web BUMI menyediakan satu *subcontent* yang khusus membahas investor relations. Sehingga publik dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai perusahaan mulai dari press release (dan *financial release*), *news*, *quarterly financial statement* hingga hasil Rapat Umum serta *stock performance & analyst*.

Melalui *Contact Center* BUMI para investor dapat mencari dan memperoleh informasi secara langsung mengenai BUMI. Investor dilayani secara *personalized* baik melalui media komunikasi berupa telpon

(021-57942080), e-mail, atau datang langsung ke kantor pusat.

BUMI mengeluarkan laporan keuangan secara berkala (*monthly* dan *quarterly financial statement*). Dalam laporan tersebut juga berisi informasi presentasi perusahaan, jumlah saham efektif, jumlah cadangan batu bara, pengeluaran perusahaan dan kepemilikan perusahaan di anak usaha. Sehingga dengan adanya laporan keuangan berkala tersebut maka para investor dapat memonitor pergerakan dan perkembangan kondisi perusahaan.

Media dan wartawan memiliki peran penting dalam publikasi informasi material yang harus segera disampaikan kepada publik. Pengaruh media dapat dikatakan cukup kuat dalam ranah investor relations karena apa yang investor baca atau lihat di media dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Karenanya, menjalin hubungan baik dengan kalangan media terutama media ekonomi dan keuangan menjadi sesuatu yang penting dan sangat menguntungkan dalam upaya memaksimalkan akses informasi terhadap media dan memastikan konsistensi pesan perusahaan bagi setiap kelompok sasaran terkirim kepada media. Informasi penting tersebut dapat melalui surat kabar harian, baik dalam bentuk advertorial maupun siaran pers. BUMI mengadakan pertemuan dengan media keuangan secara berkala.

Analisa fundamental dan *opportunity* secara berkala dilakukan oleh divisi investor

relations sebagai bahan masukan perusahaan mengenai pesan perusahaan yang dapat dijadikan informasi kepada investor. Informasi tersebut dibutuhkan bagi masyarakat finansial dan investor dalam memprediksi valuasi dan pasar bursa mengenai perusahaan.

Dalam melakukan analisa tersebut divisi investor relations BUMI tidak memiliki teknik penjabaran yang baku dan terstruktur. Hasil analisa tersebut diperoleh dari staf admin yang bertugas untuk melakukan analisis. Setelah hasil analisa fundamental dan *opportunity* dilakukan, BUMI akan menyusun satu konsep dalam bentuk rangkuman hasil analisa untuk dikomunikasikan kepada seluruh investor dan masyarakat finansial.

Dari hasil analisis tersebut, BUMI dapat melakukan proses identifikasi *opportunity* yang dimilikinya, sehingga *opportunity* tersebut dapat diolah sebagai pesan untuk dikomunikasikan kepada khalayaknya. Dan teknik tersebut terbukti berhasil menaikkan harga saham hingga dua kali lipat dalam hitungan kurang dari dua minggu. Salah satu contohnya adalah ketika BUMI berhasil memenangkan RUPS Luar Biasa yang diadakan oleh salah satu *subsidiary* BUMI di London yaitu BUMI Plc. Berita positif tersebut menjadi senjata bagi BUMI di saat krisis internal (terkait dengan perseteruan internal dalam tubuh BUMI) untuk dikomunikasikan kepada seluruh khalayak BUMI di Indonesia. Taktik komunikasi

tersebut terbukti berhasil mendongkrak harga saham BUMI paska krisis internalnya.

Investor relations tidak hanya mengenai proses pemberian informasi kepada khalayak finansial dan investor, namun juga lebih kepada kedalaman hubungan antara kedua belah pihak. Dengan adanya kedalaman hubungan antara kedua belah pihak maka akan memunculkan rasa *mutual understanding* dan investor akan menjadikan saham BUMI sebagai *long-term investment*.

KESIMPULAN

Investor relations PT Bumi Resources, Tbk. (BUMI) melaksanakan keterbukaan informasi secara penuh (*full disclosure*) dengan memanfaatkan alat-alat komunikasi sebagai bagian dari proses pemberian informasi kepada khalayak finansial dan investor.

Communication tools yang dilakukan oleh divisi investor relations terdiri dari; Press release, *News*, Laporan Tahunan, *Analyst Meeting*, RUPS, Situs Web, *Contact Center*, *Financial Reports*, *Financial Media Meeting* dan *Financial Advertising*. Penggunaan *tools* tersebut tergantung kepada situasi dan kondisi yang dihadapi oleh perusahaan.

Upaya tersebut dilakukan supaya dapat menjalin dan mempertahankan hubungan baik yang lebih mendalam antara BUMI dengan investor dan khalayak finansialnya. Dengan adanya kedalaman hubungan antara kedua belah pihak maka akan memunculkan rasa *mutual understanding* dan investor akan

menjadikan saham BUMI sebagai *long-term investment*.

Temuan lain dari penelitian ini adalah analisa fundamental dan *opportunity* secara berkala dilakukan oleh divisi investor relations sebagai bahan masukan perusahaan mengenai pesan perusahaan yang dapat dijadikan informasi kepada investor. Informasi tersebut dibutuhkan bagi masyarakat finansial dan investor dalam memprediksi valuasi dan pasar bursa mengenai perusahaan.

Pelaksanaan kegiatan dan fungsi investor relations BUMI dijalankan oleh divisi investor relations yang berfokus pada strategi komunikasi kepada investor dan khalayak finansial. Divisi tersebut terbagi menjadi tiga subdivisi yang mempunyai perbedaan fungsi dan tanggung jawab. Ketiga subdivisi tersebut adalah; Corporate Secretary, Public Relations dan Investor Relations. Ketiga nya dipimpin oleh Direktur Investor Relations yang dibantu oleh seorang *Vice President* Investor Relations.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Kamaruddin. 2004. *Dasar-Dasar Manajemen Investasi dan Portfolio*. Jakarta: PT Rineka Cipta

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan*

Kualitatif. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.

Broom, Glen M. 2009. *Cutlip Center's Effective Public Relations*. USA: Prentice Hall.

Cole, Benjamin Mark. 2004. *The New Investor Relations Expert Perspective on The State of The Art*. USA: Bloomberg Press Princeton.

Fakhrudin, Hendy M. 2008. *Go-Public Strategi Pendanaan dan Peningkatan Nilai Perusahaan*. Jakarta: Gramedia.

Gregory, Anne. 2008. *Planning and Managing Public Relations Campaign*. London: Kogan Page.

Guimard, Anne. 2008. *Investor Relations Principles and International Best Practices of Financial Communications*. UK: Palgrave Macmillan.

Kretarto, Agus. 2001. *Investor Relations Pemasaran dan Komunikasi Keuangan Berbasis Kepatuhan*. Jakarta: Grafiti Pers.

Mahoney, William F. 1991. *Investor Relations: The Professionals Guide to Financial Marketing and Communications*. New York: Prentice Hall.

Manurung, Adler Haymans. 2013. *Bermain Saham di Lantai Bursa*. Jakarta: Gramedia.

Suwanda, Harry. 2009. *Bebas Finansial dengan Berinvestasi di Pasar Modal*. Jakarta: Gramedia.

Theaker, Alison. 2012. *The Public Relations Handbook*. New York: Routledge.

Wijaya, Ryan Filbert. 2012. *Investasi Saham*. Jakarta: Gramedia.