



Analisis Akuisisi PT. Indofood Sukses Makmur Terhadap PT. Indomarco Adi Prima Sebagai Distributor Makanan Olahan

Ahya Amalia Lutfiana ¹, Esti Rahmandani ², Denada Rahmawati ³,
Endang Kartini Panggiarti ⁴

¹⁻⁴ Universitas Tidar

Korespondensi penulis : ahya.amalia.lutfiana@students.untidar.ac.id¹,
esti.rahmandani@students.untidar.ac.id², denada.rahmawati@students.untidar.ac.id³,
endangkartini@untidar.ac.id⁴

Abstract : *The purpose of this research is to analyze the acquisition of PT. Indofood Sukses Makmur against PT. Indomarco Adi Prima. This research took PT. Indofood Sukses Makmur as a research object. The research method is literature and interview methods that explain or describe observational data without statistical tests. From the results of the analysis, PT. Indofood Sukses Makmur has a more efficient route for distributing its products to the market with the company PT. Indomarco Adi Prima is an important distributor with a network in almost all regions of Indonesia. Indonesian distributor Indofood Sakmur is an Indonesian Distributor of Indofood Makmur to the best market in Indonesia, Indonesia and Indonesia.*

Keywords: *acquisition, distribution of processed food, PT. Indofood Sukses Makmur*

Abstrak : Tujuan penelitian ini adalah menganalisis akuisisi PT. Indofood Sukses Makmur melawan PT. Indomarco Adi Prima. Penelitian ini mengambil PT. Indofood Sukses Makmur sebagai objek penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode literatur dan wawancara yang menjelaskan atau mendeskripsikan data observasi tanpa uji statistik. Dari hasil analisis, PT. Indofood Sukses Makmur memiliki jalur yang lebih efisien dalam mendistribusikan produknya ke pasar dengan perusahaan PT. Indomarco Adi Prima merupakan distributor penting dengan jaringan hampir di seluruh wilayah Indonesia. Distributor Indonesia Indofood Sakmur merupakan Distributor Indofood Makmur Indonesia untuk pasar terbaik di Indonesia, Indonesia dan Indonesia.

Kata kunci : akuisisi, distribusi makanan olahan, PT. Makmur Sukses Indofood

PENDAHULUAN

Bisnis makanan olahan telah menjadi industri yang menguntungkan di negeri ini, terutama di kota-kota besar, di mana mayoritas orang lebih suka segala sesuatunya cepat, termasuk makanan yang mereka konsumsi. Tidak mengherankan jika jenis dan produsen makanan olahan terus meningkat setiap tahunnya. Industri makanan olahan berkembang sebesar Rp330 triliun pada tahun 2006. PT. Indofood Sukses Makmur adalah salah satu produsen makanan olahan yang cukup besar. Salah satu faktor yang membuat perusahaan ini bagus adalah karena telah mengakuisisi berbagai perusahaan, baik vertikal maupun horizontal.

Salah satu cara mitra usaha dapat mengembangkan usahanya adalah dengan mengakuisisi suatu perusahaan. Perusahaan biasanya bergabung dengan perusahaan lain dalam proses produksi yang berkelanjutan untuk mencapai beberapa tujuan, seperti meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan keuntungan, meningkatkan efisiensi, dan mengurangi ketidakpastian dalam perolehan bahan baku. Penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan bisnis hanya dapat dilakukan dengan mempertimbangkan kepentingan perusahaan, pemegang

saham minoritas dan karyawannya, serta kepentingan masyarakat, termasuk persaingan usaha yang sehat dan kepentingan pihak ketiga. Pabrik. Bisnis, monopoli, dan mencegah monopsoni. Salah satu dari tiga jenis merger yang paling umum dipilih oleh pengusaha adalah akuisisi, karena mereka tetap ada ketika dua atau lebih perusahaan menggabungkan diri, dan hanya kepemilikan atau kepemilikan properti yang berubah. Undang-undang tentang perseroan terbatas dan nasional tentang merger, konsolidasi, dan akuisisi perusahaan swasta mengartikan pengambilalihan suatu perusahaan sebagai pengambilalihan saham saja; pengambilalihan aset atau pengambilalihan lainnya seperti pengambilalihan usaha tidak termasuk dalam hal ini. Akibatnya, akuisisi adalah pengambilalihan seluruh atau sebagian besar saham perusahaan, yang mengakibatkan pengalihan kontrol atas perusahaan.

Dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, syarat pengambilalihan adalah "pengalihan kendali", sedangkan dalam Undang-Undang 1 Tahun 1995, syarat pengambilalihan adalah "dapat mengakibatkan peralihan kendali". Mengenai kata "yang dapat mengakibatkan peralihan kendali", ada yang berpendapat bahwa itu dapat berarti perolehan saham tertentu atau sebagian besar saham suatu perusahaan. akuisisi perusahaan oleh pihak lain. Sebaliknya, jika pengalihan kendali terlibat, akuisisi seluruh atau sebagian besar saham baru termasuk dalam definisi akuisisi perusahaan. PT. Indomarco Adi Prima, yang sebelumnya merupakan bagian dari Indomarco Group, membeli PT. Indofood Sukses Makmuri, produsen makanan olahan, sekitar tahun 2000. PT Indomarco Adi Prima adalah distributor makanan olahan yang memiliki kendali atas hampir seluruh wilayah di Indonesia. Perusahaan dapat memanfaatkan beberapa faktor ekonomi untuk melakukan akuisisi, tergantung pada tujuan mereka. Faktor ekonomi ini termasuk:

1. efisiensi waktu, biaya, dan risiko kegagalan masuk pasar;
2. memperoleh sumber daya manusia yang profesional;
3. meningkatkan kekuatan pasar;
4. membangun kekuatan monopoli;
5. memperluas pangsa pasar; dan
6. mengurangi persaingan.

Secara finansial, akuisisi PT. Indomarco Adi Prima oleh PT. Indofood Sukses Makmur menawarkan peluang untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Namun, dari perspektif undang-undang, akuisisi ini dapat menyebabkan persaingan bisnis yang tidak sehat karena PT. Indomarco Adi Prima dapat melakukan diskriminasi terhadap PT lainnya yang berafiliasi dengan Indofood Sukses Makmur. Perusahaan dengan posisi yang kuat tidak boleh

memperlakukan pelanggan secara tidak adil ketika menggunakan jalur distribusi utama PT. Indomarco Adi Prima untuk distribusi makanan olahan. Jika pihak bisnis memperlakukan bisnis secara berbeda dengan PT. Indofood Sukses Makmur, itu akan jelas merugikan kegiatan operator lain yang menjadi pesaing PT Indofood Sukses Makmur dalam industri makanan olahan, terutama di pasar mie instan. PT. Indofood Sukses Makmur adalah badan usaha tunggal yang memiliki otoritas untuk mengelola PT. Indomarco Adi Prima sebagai distributor, PT. Indofood Sukses Makmur diperlukan berdasarkan perjanjian dengan PT, Indomarco Adi Prima untuk tidak melakukan kegiatan komersial yang dapat menimbulkan persaingan tidak sehat dan merugikan PT. Indofood Sukses Makmur.

PT Indofood Sukses Makmur pernah menjadi perhatian utama dalam Monopoly Watch. Monopoly Watch menunjukkan bahwa integrasi vertikal menghalangi masuknya bisnis lain, salah satunya adalah kesulitan untuk mengakses jalur distribusi PT Indofood Sukses Makmur. Menurut Monopoly Watch, PT. Indofood Sukses Makmur dapat mengatur kondisi bisnis anak perusahaannya yang terintegrasi untuk mencegah pedagang lain memasuki pasar dan memiliki posisi pasar yang luas. Ini penting untuk mempertimbangkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Kegiatan Monobisnis. UU Nomor 5 yang lahir tahun 1999 memang dimaksudkan kepastian hukum dan perlindungan yang setara bagi semua orang.

Wirausaha melindungi bisnis dari monopoli dan persaingan tidak sehat. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 merupakan bagian dari undang-undang perekonomian Indonesia yang harus dipahami secara menyeluruh. Peraturan yang mengatur kegiatan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat telah ada sebelum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, tetapi masih fragmentasi, parsial, dan tidak menyeluruh seperti pada beberapa pasal KUHP, Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Undang-Undang Perindustrian Nomor 5 Tahun 1984, dan Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 1 Tahun 1995, diubah dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007. Dengan memahami ketentuan, penerapan undang-undang Panggilan sebagai alat hukum dapat berhasil. prinsip dan tujuan ketentuan hukum, karena asas dan tujuan memberikan gambaran tentang bentuk dan standar peraturan yang terkandung dalam peraturan tersebut. Pemahaman tentang norma dan aturan hukum kemudian menjadi pedoman, yang berdampak pada bagaimana penegakan hukum dijalankan dan dilaksanakan. Lebih dari delapan puluh negara memiliki undang-undang yang memastikan persaingan bisnis yang sehat, serta undang-undang yang mengatur persaingan komersial.

LANDASAN TEORI

Akuisisi

Kata "akuisisi" dalam bahasa Inggris, yang secara harfiah berarti mengambil alih, mengendalikan, dan memperoleh, adalah asal kata "akuisisi". Suatu perusahaan dapat membeli berbagai jenis bisnis.²⁸ Istilah "akuisisi" mempunyai definisi yang berbeda-beda dalam literatur hukum perusahaan, namun pada dasarnya semua definisi tersebut mempunyai arti yang sama.

Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia mendefinisikan akuisisi sebagai merger di mana perusahaan yang mengakuisisi menyerahkan aset tertentu, memikul tanggung jawab, atau menerbitkan saham untuk mendapatkan kendali atas aset bersih dan operasi perusahaan yang diakuisisi. Menurut peraturan yang berlaku saat ini, mengakuisisi suatu perusahaan hanya mengacu pada pembelian seluruh atau sebagian besar saham yang telah dikeluarkan perusahaan; itu tidak mencakup pembelian sebagian kecil sahamnya.

Akuisisi juga dapat didefinisikan sebagai tindakan mengambil-alihan kepemilikan suatu perusahaan dengan saham perusahaan tersebut. Perusahaan yang diakuisisi membeli saham perusahaan yang diakuisisi, sehingga perusahaan yang diakuisisi memiliki mayoritas saham. Dengan kata lain, akuisisi perusahaan adalah ketika sebuah perusahaan diambil alih oleh perusahaan lain. Ini dilakukan dengan membeli saham dari perusahaan lain, yang harus mewakili setidaknya 50% dari saham perusahaan yang diambil alih.

Akuisisi, menurut Pasal 3 Perkom Nomor 1 Tahun 2009, adalah tindakan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mendapatkan semua atau sebagian dari aset dan ekuitas perusahaan, yang dapat menyebabkan peralihan kontrol atas perusahaan atau badan usaha tersebut.

Menurut Bakker dan Helmink (2000), ada beberapa alasan mengapa mengambil alih:

1. Berkembang (Tumbuh)
2. Memperluas ke pasar baru (New Market Entry)
3. Meningkatkan jangkauan produk yang ditawarkan
4. Keinginan untuk menguasai pangsa pasar
5. Eksperimen
6. Pengalihan pengetahuan teknis dan tanggung jawab
7. Perekonomian berskala lebih besar
8. Menurunkan harga penelitian dan pengembangan.

Ada berbagai jenis dan bentuk akuisisi dalam praktik akuisisi, termasuk (Jenis dan Bentuk Akuisisi, n.d):

1. Pembelian horizontal: Dalam jenis pembelian ini, perusahaan yang mengakuisisi menargetkan pesaingnya dalam upaya memperoleh pangsa pasar atau mengusir mereka dari bisnis.
2. Akuisisi Vertikal: Dalam rantai produksi, suatu bisnis membeli bisnis lain, khususnya dari hulu ke hilir.
3. Akuisisi Konglomerat: Suatu bisnis membeli bisnis yang tidak terkait dengan dua akuisisi sebelumnya (horizontal dan vertikal).
4. Akuisisi Eksternal: Dua atau lebih bisnis dari organisasi yang tidak terkait atau berbeda membeli sebuah perusahaan.
5. Akuisisi Internal: Sebuah perusahaan dibeli oleh beberapa perusahaan dalam kelompok yang sama.
6. Akuisisi Saham: Dapat dilakukan dengan uang tunai atau melalui saham yang dimiliki oleh perusahaan atau pengambil alih.
7. Akuisisi Aset: Ini dapat berarti mengambil alih aset perusahaan anak atau mengambil alih semua liabilitas perusahaan anak terhadap pihak ketiga.
8. Akuisisi Kombinasi: Ini adalah jenis akuisisi di mana seseorang membeli kedua saham dan aset perusahaan anak.
9. Akuisisi Bertahap: Ini adalah jenis akuisisi yang dilakukan secara bertahap. Sebagai contoh, perusahaan pengakuisisi dapat membeli convertible bonds untuk memberi dana kepada perusahaan tersebut. Kemudian, bonds tersebut ditukar dengan ekuitas untuk memberikan hak opsi kepada pemilik convertible bonds—yaitu perusahaan pengakuisisi, jika kinerja perusahaan tersebut meningkat.
10. Akuisisi Strategis: Akuisisi perusahaan dilakukan untuk meningkatkan efisiensi bisnis. Diharapkan bahwa akuisisi ini akan meningkatkan efisiensi, mengurangi risiko, meningkatkan pangsa pasar, dan meningkatkan sinergi bisnis.
11. Akuisisi Finansial: Transaksi spekulatif yang dilakukan dengan tujuan memperoleh keuntungan finansial jangka pendek

METODE PENELITIAN

Studi ini menganalisis akuisisi atas PT. Indofood Sukses Makmur terhadap PT. Indomarco Adi Prima. Review literatur, juga disebut studi literatur, adalah teknik pengambilan data yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menggabungkan berbagai

penelitian sebelumnya yang terkait dengan tujuan penelitian. Menurut Okoli dan Schabram (2010), review literatur dilakukan dengan tujuan untuk membahas teori saat ini dan bagaimana teori tersebut berhubungan dengan masalah yang dihadapi peneliti. Memilih topik untuk ulasan, mencari dan memilih artikel yang tepat, melakukan analisis dan pensintesisan literatur yang telah dipilih, dan menyusun penulisan ulasan adalah semua bagian dari proses menulis studi literatur. Untuk pembuatan studi literatur, keempat tahapan ini sangat penting. Dalam studi literatur, referensi juga harus diperiksa sebagai pendukung dari kesimpulan yang dibuat.

HASIL PEMBAHASAN

Dengan prinsip kompetisi, pengusaha menentukan tingkat spesifikasi fitur kinerja; persaingan merupakan inti dari kesuksesan atau kegagalan bisnis. Setiap pedagang selalu mencari cara untuk menentukan posisi mereka yang menguntungkan dalam bisnis; tujuan dari strategi kompetitif ini adalah untuk menciptakan posisi peserta komersial dibandingkan dengan kekuatan dominan dalam persaingan bisnis. Penulis menggunakan strategi akuisisi untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin sulit. Dengan kekuatan pasar Isola milik PT. Indofood Sukses Makmur, persaingan di industri makanan olahan dapat dikurangi. Hukum persaingan usaha mendefinisikan pesaing sebagai pesaing nyata, objektif, atau potensial. Pesaing sebenarnya adalah pengusaha yang bekerja di bidang ekonomi yang sama, yaitu menghasilkan barang atau jasa yang sama atau serupa. Namun, pesaing potensial adalah seorang pelaku bisnis yang memiliki potensi dan ingin berubah di pasar tertentu, atau oleh pengusaha atau pedagang dalam negeri dari luar negeri.

Di sektor makanan olahan, khususnya mie instan, PT Indofood Sukses Makmur menghadapi persaingan dari sejumlah pedagang, termasuk PT. ABC Presiden Perusahaan, PT. Sentrafood Intranusa, PT. JakartanaTama, dan PT. Sayap Mas Utama. Saingan utama PT. Indofood Sukses Sejahtera di bidang makanan olahan khususnya mie instan adalah PT. Sayap Mas Utama. Dealer ini dulunya adalah PT. Indofood Sukses Menjadi Saingan Sejahtera. yang bergerak dalam industri makanan olahan Indofood adalah produsen mie instan terbesar dan hampir tidak pernah bersaing dengan merek lain. Menurut produk lain, Indofood akan menguasai 25% pasar. Kapasitas produksi PT Indofood Sukses Makmur untuk produk mie instan bersama dengan beberapa pedagang lainnya ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Penjualan produk sangat dipengaruhi oleh jalur distribusi. Misalnya, PT Jakartanatama Food Industry berusaha bersaing dengan Indofood dengan meluncurkan produk merek Michiyo dalam ukuran dan bentuk yang sama dengan pesaingnya. Presiden menyatakan bahwa PT. Jakartanatama tidak berhasil bersaing dengan produk Indofood, dan bahwa PT. Wicaksana

Overseas International adalah distributor dari produk tersebut. Karena PT. Jaringan distribusi Jakartanatama lebih kecil dibandingkan PT. Indofood Berhasil Sejahtera, penulis mengklaim PT. Jakartanatama kalah bersaing dengan produk Indofood Sukses Makmur. Sebagai distributor utama dengan jaringan mencakup hampir seluruh Indonesia, PT. Indomarco Adi Prima menyediakan PT. Indofood Sukses Makmur dengan saluran distribusi yang lebih efektif, dibandingkan dengan pesaingnya di industri makanan. Sudah jelas bahwa Indofood memiliki pengalaman bertahun-tahun untuk membangun pondasi yang kuat di industri makanan olahan, terutama mie langsung.

PT Indofood Sukses Makmur adalah perusahaan induk dari Indofood Group, kombinasi vertikal perusahaan yang mendominasi industri dari awal hingga akhir rantai produksi. PT Indofood Sukses Makmur memiliki kekuatan pasar yang sangat besar dibandingkan dengan perusahaan lain yang bersaing dengannya. Dari perspektif ekonomi, Miguel de la Mano menggambarkan kekuatan pasar sebagai "kemampuan satu atau lebih perusahaan untuk mempertahankan harga pada tingkat yang lebih tinggi dan menguntungkan setara dengan persaingan sempurna dalam jangka waktu yang cukup lama."

KESIMPULAN

Perusahaan dapat mengembangkan bisnisnya melalui akuisisi. Meskipun undang-undang No.5 Tahun 1999 tidak melarang bisnis berkembang, itu membuat aturan yang perlu diperhatikan. PT. Indofood Sukses Makmur mengakuisisi PT. Indomarco Adi Prima, yang dianggap sebagai "pengambilalihan saham yang mengubah pengendalian". Akuisisi vertikal adalah salah satu dari berbagai jenis akuisisi.

Integrasi vertikal dihasilkan dari PT. Indofood Sukses Makmur beralih kendali menjadi PT. Indofood Sukses Makmur setelah mengakuisisi PT. Indomarco Adi Prima. Dengan menggunakan PT. Indofood Sukses Makmur, PT. Indofood Sukses Makmur mampu mempertahankan kendali atas distribusi produknya di seluruh Indonesia. Pesaing seperti PT. Namun Indofood Sukses Makmur masih bisa menggunakan distributor independen atau cara distribusinya sendiri.

Dengan integrasi vertikal ini, PT. Indofood Sukses Makmur, produsen makanan olahan, tetap dapat mendistribusikan produknya tanpa menggunakan PT. Indomarco Adi Prima. Akuisisi ini meningkatkan efisiensi PT. Indofood Sukses Makmur dan menjaga harga mie instan tetap terjangkau bagi pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. Adi Kristianto, Analisis Akuisisi Alfa Supermarket Oleh Carrefour Dalam Perspektif UU Anti Monopoli, Jakarta: Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis, 2008.
- [2] M. Syamsul, Marger, Konsolidasi, Akuisisi dan Pemisahan PT, Menurut UU No. 40/2007 dan Hubungannya dengan Hukum Persaingan Usaha, Jakarta: Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis, 2008.
- [3] M. Satria, Akuisisi Horizontal dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha (Studi Kasus Rencana Akuisisi PT Telkom Terhadap PT Indosat), Depok: Sarjana Universitas Indonesia, 2001.
- [4] N. Hera, Aspek-Aspek Yuridis dari Akuisisi Suatu Perseroan Terbatas (Studi Kasus Akuisisi Bank Papan Sejahtera), Depok: Sarjana Universitas Indonesia, 2013.
- [5] R. Tuti, Posisi Dominan PT Indofood Sukses Makmur.tbk Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha (Studi terhadap Produk Mie Instan), Jakarta: Magister Universitas Indonesia, 2010.
- [6] E. Idi Erik, Analisis Akuisisi diantara Perusahaan dalam suatu Kelompok Usaha, Jakarta: Magister Universitas Indonesia, 2013.
- [7] S. Gughi, Akuisisi PT Indofood Sukses Makmur terhadap PT Indomarco Adi Prima sebagai Distributor Makanan Olahan ditinjau dari Hukum Persaingan Usaha, Depok: Universitas Indonesia, 2015.