

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

PT. HANJAYA MANDALA SAMPOERNA, Tbk (PT. HMS)

III.1 Sejarah PT. HMS

Sejarah perusahaan ini diawali dengan didirikannya perusahaan bernama Handel Maastchapij Liem Seeng Tee pada tahun 1913 oleh Liem Seeng Tee dan istrinya, Tjiang Nio. Pada awal tahun 1916, Liem Seeng Tee membeli berbagai jenis tembakau dalam jumlah besar dari seorang pedagang tembakau yang bangkrut bisnisnya. Sejak itu Liem Seeng Tee dan Tjiang Nio mencurahkan seluruh tenaganya untuk mengembangkan bisnis tembakau. Disinilah yang menjadi batu loncatan sekaligus kesempatan besar bagi berkembangnya perusahaan mereka. Berlokasi di Surabaya dengan skala industri rumah tangga untuk memproduksi rokok lintingan merek Dji Sam Soe di bawah bendera Perusahaan Dagang dan Industri Panamas.

Liem Seeng Tee tetap bertekad menjadikan perusahaannya sebagai kerajaan tembakau walaupun sempat mengalami situasi keuangan yang sulit. Ia menempatkan huruf Tionghoa *Ong* yang berarti raja di depan produk unggulannya Dji Sam Soe. Kemudian ia menggabungkan simbol *ong* dengan huruf Tionghoa *ren* yang berarti rakyat, sehingga menghasilkan paduan kata yang bermakna *sampoerna*. Hal ini menggambarkan keinginan Liem Seeng Tee untuk

menghasilkan produk tembakau yang terbaik dan meraih predikat sebagai raja rokok kretek.

Menarik untuk diketahui bahwa jumlah huruf pada merek Dji Sam Soe adalah sembilan dan bila angka 234 dijumlahkan juga akan berjumlah sembilan. Selain itu, pada setiap kemasan Dji Sam Soe terdapat sembilan bintang bersudut sembilan. Jumlah huruf dalam padanan kata sampoerna juga berjumlah sembilan. Hal ini berhubungan dengan kepercayaan di Cina Selatan tentang angka sembilan sebagai angka kesempurnaan dan keberuntungan. Liem Seeng Tee percaya bahwa kelak perusahaannya akan selalu beruntung.

III.2 Perkembangan Usaha PT. HMS

Sejak awal Liem Seeng Tee bertekad untuk menghasilkan produk yang dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat. Dari rokok murah bermerek Djangan Lawan sampai ke rokok yang berharga lebih mahal karena terbuat dari tembakau pilihan dan rempah alami. Mulai tahun 1940 bisnis PT. HMS terus tumbuh dengan pesat. Produksi gabungan lintingan tangan dan lintingan mesin mencapai kurang lebih tiga juta batang setiap minggunya. Untuk melinting Dji Sam Soe saja diperlukan sekitar 1300 tenaga pekerja.

Perang Dunia II yang dimulai dengan pendaratan tentara Jepang di Pulau Jawa memporakporandakan aset perusahaan ini. Liem Seeng Tee ditangkap dan dijebloskan ke dalam penjara selama masa perang. Pabrik rokoknya digunakan pasukan Jepang untuk memproduksi rokok bermerek Fuji. Seusai perang, tidak sedikitpun harta benda keluarga Liem Seeeng Tee yang tertinggal selain merek

Dji Sam Soe. Setelah itu keluarga Liem Seeng Tee perlahan-lahan mulai membangun kembali bisnisnya. Hal ini ditunjang dengan keberhasilan Dji Sam Soe di pasar, sehingga pada tahun 1949 kondisi usaha PT. HMS sudah dapat dikatakan pulih kembali.

Ketika Liem Seeng Tee wafat pada tahun 1956, roda perusahaan dijalankan oleh kedua puterinya yaitu Liem Sien Nio dan Liem Hwee Nio beserta suami mereka masing-masing. Kerja keras mereka ternyata tidak memberikan hasil yang memuaskan karena terjadi perubahan politik dan kondisi ekonomi Indonesia yang semakin memburuk pada awal tahun 1960an. Liem Swee Ling yang lebih dikenal dengan nama Aga Sampoerna lalu memimpin tampuk perusahaan. Beliau adalah putera kedua Liem Seeng Tee.

Masuknya manajemen Aga Sampoerna berbeda dengan almarhum ayahnya yang selalu hadir dan mengawasi proses pembuatan rokok dari awal sampai akhir. Aga berstrategi memanfaatkan beberapa tenaga profesional pada tingkatan manajer. Kunci sukses Aga adalah pada kemampuan dan kemauannya untuk bekerja sama dengan semua tingkatan karyawannya. Dengan modal kepawaiannya berbicara dalam berbagai bahasa, Aga dapat dengan mudah berbaur dengan seluruh pekerja dan membangun hubungan yang bersifat pribadi. Kepekaannya ini tampak dari upah pelinting di PT. HMS yang selalu paling tinggi di Jawa Timur.¹

Pada 16 Juni 1968, Aga mulai memproduksi rokok kretek bermerek Sampoerna A di Denpasar. Kini merek tersebut lebih dikenal dengan nama

¹ www.mainsaham.com/stock/companylist/sejarah_emiten_HMS_2001, diakses pada tanggal 15 November 2007.

Sampoerna Hijau. Di masa itu pula muncul merek Panamas Kuning yang lebih banyak beredar di wilayah Sumatera. Aga wafat di Singapura pada tanggal 13 Oktober 1995.

Putera Sampoerna yang merupakan putra kedua Liem Swee Ling mulai aktif mengelola perusahaan pada awal tahun 1970an. Lalu pada tahun 1978, Putera dipercaya untuk mengelola pabrik baru di Malang. Namun usaha keras untuk mengembangkan perusahaan tersebut terhadang oleh kebakaran yang terjadi di pabrik Taman Sampoerna Surabaya pada tahun 1979. Akan tetapi dengan kerja keras seluruh karyawan, PT. HMS tetap dapat mempertahankan produksi rokoknya dari pabrik di Malang.

Dikarenakan semakin berkembangnya perusahaan, ruang untuk memproduksi di Taman Sampoerna dan di Malang kian terbatas, sehingga pada tahun 1982 manajemen memutuskan pemindahan pusat usaha ke kawasan industri Rungkut Surabaya. Sejak saat itu telah banyak prestasi yang berhasil dicetak antara lain pendirian laboratorium kontrol untuk memenuhi standar internasional dan perolehan lisensi untuk transportasi komersial bagi PT. Sampoerna Transportasi Nusantara (PT. STN). PT. STN dimanfaatkan untuk keperluan distribusi produk-produk PT. HMS. Keberhasilan lain yang dicapai adalah dengan terdaftarnya PT. HMS sebagai perusahaan publik pada tanggal 27 Agustus 1990. Ketika itu PT. HMS Tbk berhasil menjual sahamnya sebanyak 27 juta lembar dengan harga Rp 12.600,-/lembar saham.

PT. HMS Tbk memasarkan produknya di Indonesia melalui Perusahaan Dagang dan Industri Panamas, PT. Sumber Alfaria Trijaya dan PT. Alfa

Retailindo dan anak perusahaannya. Sedangkan untuk tujuan ekspor, perusahaan memasarkan produknya melalui perusahaan afiliasinya meliputi PT. Sinnex Interbuana, Sampoerna (Hongkong) Corp. Ltd., Lignum USA, Orient Distribution Network, Essex Trading Company, Sampoerna Distribusi Bhd. Malaysia, dan Sampoerna (Japan) Corp.

III.3 Produk Rokok PT. HMS

Rangkaian produk awal yang diproduksi Sampoerna antara lain Sampoerna Star, Summer Palace, dan Statue of Liberty. Sampoerna Star termasuk salah satu rokok berfilter yang pertama di Indonesia. Pada tahun 1989, Putera Sampoerna meluncurkan suatu produk dalam mengembangkan jajaran merek rokok berlabel A yang ditandai dengan peluncuran A Mild sebagai rokok yang berkadar tar dan nikotin rendah (LTLN). Produk ini meraih sukses di pasaran karena dapat memenuhi keinginan masyarakat luas yang kian berpikir modern.

Produk rokok yang dipasarkan terbagi dalam beberapa penggolongan, yaitu:

- a. Rokok Lintingan : Dji Sam Soe, Sampoerna A Hijau, Panamas Kuning, Panamas Spesial dan Tegar.
- b. Rokok Buatan Mesin : Sampoerna A Mild, Sampoerna A Exclusive, Sampoerna A Internasional, Sampoerna Xtra, Sampoerna Patma, Sampoerna Hitam, Sampoerna Mas, U Mild dan Avolution.
- c. Rokok Putih untuk tujuan ekspor : Crown, Dolce Ultra Slim, Dolce King Size, Eagle Virginia Filter Deluxe, Eagle King Size, Hawk King Size,

Rave, Rave International, Sokot King Size, Texas, dan Tiger Special Blend Filter King.

- d. Rokok merek Winston, Camel, dan Salem untuk dijual di pasar domestik di bawah lisensi R.J. Reynold Tobacco Comp. USA.

III. 4 Sampoerna A Mild

PT. HMS membutuhkan waktu lebih dari dua tahun untuk proses persiapan peluncuran A Mild yang termasuk ke dalam kategori baru industri rokok kretek saat itu yaitu kategori sigaret kretek mesin (SKM) *mild*. A Mild tercatat sebagai rokok kretek berjenis LTLN pertama di Indonesia. Karena rokok kretek hanya ada di Indonesia, A Mild dapat disebut pula sebagai yang rokok kretek *mild* pertama di dunia. Sejak awal A Mild sudah dirancang untuk menjadi produk yang tidak ada duanya di pasar domestik. Dji Sam Soe bersama A Mild merupakan jenis rokok yang ditujukan untuk pasar kelas atas (premium). A Mild sendiri menetapkan target konsumennya pada perokok muda dewasa dengan rentang usia 18-25 tahun.

Senin, 18 Desember 1989, PT. HMS secara resmi meluncurkan A Mild ke pasaran. Senyum puas tampak jelas di wajah Putera selaku pelopor lahirnya A Mild. Bahkan, Putera pun tak ragu untuk membubuhkan nama dan tanda tangannya pada kemasan A Mild. Kehadiran A Mild mengundang reaksi berupa cibiran dari kompetitor PT. HMS. Tidak hanya kompetitor yang mencibir. Konsumen pun memberi cibiran yang tak kalah pedas. Maklum, konsumen yang

sudah terbiasa dengan jenis rokok yang sudah ada (SKT, SKM dan SPM), A Mild dianggap sebagai rokok yang tidak berasa apa pun.

A Mild menghadapi tantangan berat karena konsumen memosisikannya sebagai rokok putih, sehingga kesannya kurang *macho*, seperti yang telah diungkapkan oleh Surja S. Handoko, CEO Colman Handoko yang juga mantan Direktur Pemasaran HMS. Penjualan rokok LTLN dari PT. HMS itu tersendat. Bahkan, hingga tiga tahun sejak peluncurannya (1992) penjualan A Mild masih tertinggal jauh dibanding kategori lainnya. Dari total produksi rokok nasional yang sebesar 152,7 miliar batang (berdasarkan pembelian pita cukai), A Mild hanya memberi kontribusi 0,33%, atau 0,5 miliar batang.

Pada tahun 1994, A Mild meninggalkan tema kampanye lamanya *Taste of the future* dan menggantinya dengan *How low can you go?* dengan bahasa yang lebih membumi dan agak provokatif, PT. HMS seolah-olah ingin membuat konsumen berpikir ulang tentang produk yang selama ini dikenal dan dikonsumsi. Cara ini terbukti efektif, dilihat dari penjualan A Mild yang melonjak tiga kali lipat pada tahun 1994 dari sebelumnya hanya 18 juta batang per bulan menjadi 54 juta batang per bulan. Seiring bergulirnya waktu, penjualan A Mild pun terus beranjak naik. Tahun 1996, A Mild sudah menembus penjualan sebanyak 9,8 miliar batang, atau 4,59% total penjualan rokok nasional. Tahun-tahun berikutnya, sepertinya menjadi masa keemasan A Mild atau rokok mild secara keseluruhan. Pada tahun 2005, rokok SKM *mild* sudah mengambil porsi 16,97% total rokok nasional.