

# PT Sari Husada Tbk

## Laporan Tahunan 2003

Written By Johan Siburian

[www.nailbomb.org](http://www.nailbomb.org)

[unholy@nailbomb.org](mailto:unholy@nailbomb.org)

### Sekilas tentang Sari Husada

Sari Husada (Perusahaan) didirikan pada tahun 1954 dengan nama NV Saridele, sebagai realisasi dari program kecukupan protein nasional yang dimotori oleh pemerintah Indonesia dan Perserikatan Bangsa Bangsa. Perusahaan memelopori pengembangan dan produksi susu bayi dengan meluncurkan merek SGM pada tahun 1965 – merek yang tetap populer hingga 40 tahun kemudian.

Pada tahun 1968 Perusahaan dibeli oleh perusahaan farmasi milik pemerintah - PT Kimia Farma – dan pada tahun 1972 berubah nama menjadi PT Sari Husada dibawah kepemilikan *joint venture* antara Kimia Farma dan PT Tiga Raksa. Pada tahun 1983 saham-saham Perusahaan mulai diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta, dan pada tahun 1992 Perusahaan secara keseluruhan dimiliki oleh PT Tiga Raksa. Enam tahun kemudian Sari Husada memulai aliansi strategis dengan Nutricia International BV dalam usaha memperkuat posisinya di dunia persaingan global.

Sari Husada memproduksi berbagai jenis produk susu berstandar internasional, mulai dari susu bayi, susu balita, susu untuk pertumbuhan, hingga produk-produk khusus seperti susu bagi bayi yang peka laktosa, bayi berberat badan rendah, dan susu untuk ibu hamil dan menyusui. Namun demikian tujuan utama Perusahaan adalah memenuhi kebutuhan nutrisi keluarga Indonesia dengan menawarkan produk-produk yang berkualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau.

Sarana produksi Perusahaan terletak di Yogyakarta dan Klaten, Jawa Tengah.

Visi: Menjadi pemimpin pasar dalam industri produk nutrisi bayi dan anak-anak di Indonesia.

Misi: Mendukung pertumbuhan bayi dan anak-anak di Indonesia dengan menyediakan produk-produk berkualitas tinggi dengan harga terjangkau.

Mencapai pertumbuhan yang berkesinambungan melalui jajaran manajemen yang profesional, metode-metode yang inovatif, dan integritas yang tinggi.

Memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak-pihak yang berkepentingan.

## Nilai-nilai perusahaan

**Kepercayaan:** Bekerja dalam suasana yang harmonis, memperlakukan sesama dengan tulus dan hormat, serta percaya akan kemampuan bersama dalam mencapai tujuan bersama.

**Transparansi:** Bekerja dengan integritas yang tinggi dan saling terbuka serta jujur atas kinerja masing-masing dan kinerja tim, mengakui kesuksesan yang telah dicapai serta kelemahan-kelemahan yang perlu ditingkatkan.

**Kerjasama tim:** Memberikan kontribusi yang signifikan sebagai individual, namun tetap bekerjasama dalam tim untuk memperoleh hasil yang lebih baik. Bekerjasama dalam tim dan saling berbagi kreatifitas, inovasi, dan sukses. Turut berpartisipasi dalam tim dalam proses pengambilan keputusan bagi kepentingan perusahaan.

## Penghargaan yang diterima pada 2003

- **Zero Accident** Award, atas keberhasilan Perusahaan mencegah terjadinya kecelakaan di seluruh departemen selama tahun 2003. Penghargaan tersebut diberikan untuk kedua kalinya berturut-turut oleh Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi.
- **The Best Public Companies Based on EVA Concept** Award, diberikan oleh majalah SWA untuk ketiga kalinya berturut-turut.
- **Good Taxpayer** Award, diberikan oleh Presiden Republik Indonesia Megawati Soekarnoputri atas nama Direktorat Jenderal Pajak.
- **Green Factory** Award, atas partisipasi Perusahaan dalam program-program pelestarian lingkungan yang diselenggarakan pemerintah daerah. Penghargaan ini diberikan oleh pemerintah provinsi.

## Kata sambutan Presiden Komisaris

Tahun lalu adalah tahun yang penuh kesuksesan bagi Sari Husada, berbeda dengan tahun 2002 dimana Perusahaan sama sekali tidak bertumbuh: Kebijakan manajemen tidak sejalan dengan keinginan para karyawan, motivasi para staf sangat minim, beberapa diantaranya bahkan mengundurkan diri. Oleh sebab itu kami mengambil beberapa langkah untuk memperbaiki manajemen.

Diawali dengan pengunduran diri dua orang direktur pada bulan Mei 2003, Sari Husada memulai proses restrukturisasi. Perusahaan yang didirikan lebih dari 30 tahun lalu untuk memenuhi kebutuhan gizi nasional ini memutuskan untuk kembali ke misi awalnya - mendukung pertumbuhan bayi dan anak-anak di Indonesia. Untuk itu Perusahaan dituntut untuk selalu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen — prinsip dasar yang terlupakan [di akhir 2001 dan selama 2002](#).

Dibawah manajemen yang dibekali pengetahuan yang komprehensif tentang sejarah, budaya, serta konteks operasi Perusahaan, Sari Husada membenahi lini produk dan strateginya serta menyesuaikannya dengan pasar yang dibidik. Langkah tersebut membawa hasil yaitu: