



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Latar Belakang Perusahaan

PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. didirikan pada tanggal 1 Agustus 1947 dengan nama KLM-IIB (*Koninklijke Luchtvaart Maatschappij Interinsulair Bedrijf*) merupakan maskapai milik Belanda, kemudian pada tanggal 25 Desember 1949 diserahkan kepada Ir. Soekarno dan pada 28 Desember 1949 dinasionalisasikan menjadi Garuda Indonesian Airlines pada tanggal 26 Januari 1949.

Pada Tahun 2010, Penyelesaian seluruh restrukturisasi utang Perusahaan mengantarkan Garuda Indonesia siap untuk mencatatkan sahamnya ke publik pada 11 Februari 2011. Perusahaan resmi menjadi perusahaan publik setelah penawaran umum perdana atas 6.335.738.000 saham Perusahaan kepada masyarakat. Saham tersebut telah dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia pada tanggal 11 Februari 2011 dengan kode GIAA. Salah satu tonggak sejarah penting ini dilakukan setelah Perusahaan menyelesaikan transformasi bisnisnya melalui kerja keras serta dedikasi berbagai pihak. Per 31 Desember 2013, struktur kepemilikan saham Garuda Indonesia sebagai emiten dan Perusahaan publik adalah Negara Republik Indonesia (69,14%), karyawan (0,4%), investor domestik (24,34%), dan investor internasional (6,12%).

Untuk mendukung kegiatan operasionalnya, Garuda Indonesia memiliki 5 (lima) Entitas Anak yang fokus pada produk/jasa pendukung bisnis Perusahaan induk, yaitu PT Abacus Distribution Systems Indonesia, PT Aero Wisata, PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia, PT Aero Systems Indonesia, dan PT Citilink Indonesia. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Perusahaan didukung oleh 7.861 orang karyawan, termasuk 2.010 orang siswa yang tersebar di Kantor Pusat dan Kantor Cabang.

Garuda Indonesia, pada Januari 2015, mengoperasikan 134 pesawat yang terdiri dari 2 pesawat Boeing 747-400, 11 pesawat Airbus A330-300, 11 pesawat

Airbus A330-200, 5 pesawat Boeing 737 Classic (seri 300/500), 76 pesawat Boeing 737-800NG, 15 pesawat CRJ1000 NextGen, 8 pesawat ATR72-600, 6 pesawat Boeing 777-300ER, dan 30 pesawat Citilink yang terdiri dari 24 pesawat Airbus A320-200, 5 pesawat Boeing 737-300 serta 1 pesawat Boeing 737-400. Menghadirkan standar baru kualitas layanan dalam industri air travel, Garuda Indonesia saat ini melayani penerbangan ke 64 destinasi pilihan yang terdiri dari 44 kota di area domestik dan 20 kota di area internasional. Selain melayani penerbangan di rute-rute tujuan yang dioperasikan, saat ini Garuda Indonesia juga melaksanakan perjanjian “code share” dengan 14 maskapai internasional.

Garuda Indonesia memperoleh penghargaan sebagai “*World Best Economy Class*” dan “*World Best Economy Seat Class*” pada tahun 2013. Selain itu, Garuda Indonesia berada di urutan ke-8 maskapai penerbangan terbaik versi SkyTrax. Tidak hanya itu, pada tanggal 5 Maret 2014 Garuda Indonesia secara resmi bergabung dengan aliansi global, SkyTeam, sebagai bagian dari program perluasan jaringan internasionalnya. Dengan bergabung bersama SkyTeam, penumpang Garuda Indonesia kini dapat terbang ke 1.064 tujuan di 178 negara yang dilayani oleh semua maskapai anggota SkyTeam dengan lebih dari 15.700 penerbangan per hari dan akses ke 564 lounge di seluruh dunia.

Sebagai bagian dari upaya Perusahaan untuk terus meningkatkan layanan kepada pengguna jasa, Garuda Indonesia memperkenalkan layanan khas “Garuda Indonesia Experience”, yang menghadirkan kerahmahtamahan, budaya, dan segala hal terbaik dari Indonesia melalui kelima panca indera, yaitu sight, sound, taste, scent, dan touch, untuk diimplementasikan dalam layanan pre-journey, pre-flight, in-flight, post-flight, dan post-journey.

Garuda Indonesia juga merupakan salah satu maskapai yang terdaftar sebagai IATA Operational Safety Audit (IOSA) Operator dan menerapkan standar keamanan dan keselamatan yang setara dengan maskapai internasional besar anggota IATA lainnya. Garuda Indonesia menerima sertifikat IOSA pada tahun 2008 lalu.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari PT Garuda Indonesia adalah *“Menjadi perusahaan penerbangan yang handal dengan menawarkan layanan yang berkualitas kepada masyarakat dunia menggunakan keramahan Indonesia”*.

Misi dari PT Garuda Indonesia adalah *“Sebagai perusahaan penerbangan pembawa bendera bangsa Indonesia yang mempromosikan Indonesia kepada dunia guna menunjang pembangunan ekonomi nasional dengan memberikan pelayanan yang profesional”*.



UMN

2.3 Profil Perusahaan



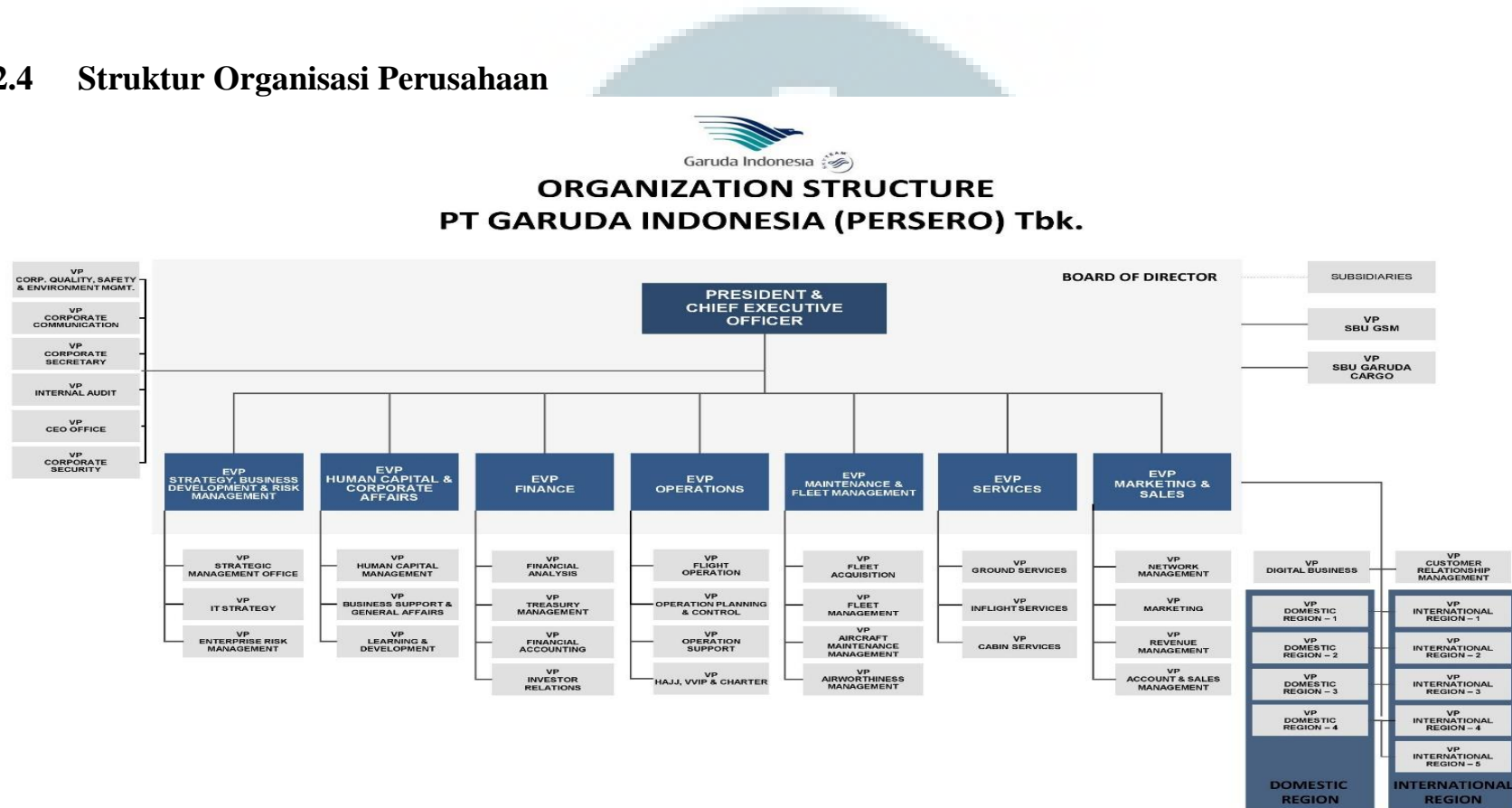
Gambar 2.1 Logo PT Garuda Indonesia (Persero), Tbk.

(Sumber: <https://m.garuda-indonesia.com/touch/assets/img/garuda-skyteam.png>)

Garuda Indonesia adalah perusahaan penerbangan Indonesia pertama yang bergabung dengan *SkyTeam*. Dengan wilayah terbang yang terus bertambah luas baik di dalam dan luar negeri, Garuda Indonesia terus memperkokoh eksistensi dengan daya saing yang kuat di Asia Tenggara. Bersama aliansi *SkyTeam*, Garuda Indonesia siap untuk terhubung dengan lebih 1.000 kota destinasi di seluruh dunia.

SkyTeam merupakan aliansi yang beranggotakan berbagai maskapai besar di dunia ini siap untuk mengembangkan ruang lingkupnya di Asia Tenggara melalui Garuda Indonesia. Dengan bergabungnya perusahaan penerbangan terbesar di Indonesia ini, *SkyTeam* menambah deretan kota-kota besar di Indonesia, termasuk Surabaya, Denpasar, dan Medan ke dalam daftar panjang destinasi *SkyTeam*. Keuntungan yang diperoleh dari kerjasama ini bukan hanya akses yang lebih besar, tetapi juga frekuensi penerbangan dan konektivitas rute.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Garuda Indonesia (Persero), Tbk
(sumber: http://www.ir-garuda-indonesia.com/others/structure/organization_structure_ga.pdf)

PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dipimpin oleh Emirsyah Satar, sebagai CEO. Berikut adalah gambar struktur organisasi PT Garuda Indonesia.

a) President & Chief Executive Officer

President & Chief Executive Officer merupakan pimpinan pada perusahaan Garuda Indonesia yang bertanggung jawab pada seluruh bidang-bidang yang terdapat pada perusahaan dan memimpin perusahaan untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan. Untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan, maka Garuda Indonesia memiliki jajaran direktur yang membawahi direktorat dan bertanggung jawab kepada President & Chief Executive Officer, sebagai berikut :

b) EVP Strategy Business Development & Risk Management

EVP Strategy Business Development & Risk Management adalah direktur yang bertanggung jawab pada unit Strategi, pengembangan bisnis pada perusahaan dan manajemen resiko yang terjadi pada perusahaan.

c) EVP Human Capital & Corporate Affairs

EVP Human Capital & Corporate Affairs merupakan direktur yang bertanggung jawab dalam mengelola dan membangun kompetensi pegawai, kerja sama antar perusahaan maupun lembaga.

d) EVP Finance

EVP Finance merupakan direktur yang bertanggung jawab dalam seluruh hal terkait pengelolaan keuangan perusahaan.

e) EVP Operation

EVP Operation merupakan direktur yang bertanggung jawab dalam mengatur operasi terhadap penerbangan yang dilakukan dimulai dari perencanaan sampai dengan mengontrol pesawat-pesawat yang digunakan dalam penerbangan yang dilakukan.

f) EVP Maintenance & Fleet Management

EVP Maintenance & Fleet Management merupakan direktur yang bertanggung jawab terhadap perbaikan serta perawatan pesawat maskapai Garuda Indonesia serta mengelola pesawat-pesawat yang dimiliki oleh Garuda Indonesia.

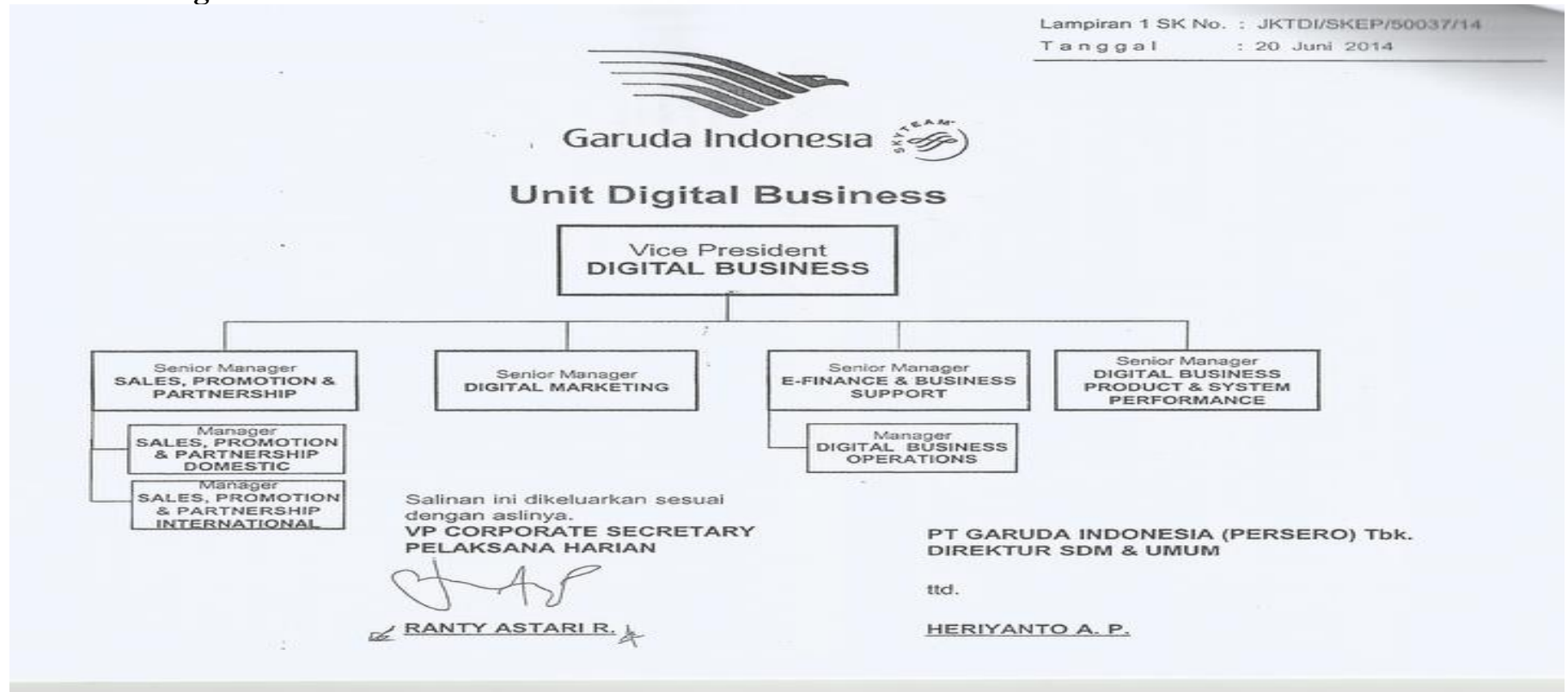
g) EVP Services

EVP Services merupakan direktur yang bertanggung jawab terhadap layanan yang dilakukan dimulai dari layanan yang ada sebelum penerbangan, layanan hiburan di dalam pesawat, hingga layanan yang ada di dalam kabin pesawat.

h) EVP Marketing & Sales

EVP Marketing & Sales merupakan direktur yang bertanggung jawab terhadap seluruh aktivitas terkait penjualan tiket yang ada berdasarkan wilayah-wilayah yang ditempatkan oleh perusahaan.

2.5 Unit Digital Business atau E-Commerce Garuda Indonesia



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Unit *Digital Business* atau *E-Commerce* Garuda Indonesia

(sumber: berdasarkan surat keputusan no: jktdi/skep/50037/14 tentang perubahan struktur organisasi unit digital business pada human capital & corporate support services pt garuda indonesia (persero))

Penulis melaksanakan kerja magang sebagai *software tester* di unit *Digital Business* atau *E-Commerce – Digital Business Product & System Performance*. Berikut penjelasan secara garis besar mengenai *job description* pada unit *Digital Business*.

a) VP Digital Business

VP Digital Business bertugas untuk menjamin pelaksanaan bisnis perusahaan di seluruh cakupan wilayah melalui pencapaian profit, pengembangan bisnis, *management (Customer Relationship Management)* menggunakan laanan sistem berbasis digital yang terintegrasi dengan seluruh saluran distribusi dan sumber daya perusahaan, serta memenuhi *Standard* keselamatan dan keamanan penerbangan serta melaksanakan kaidah-kaidah *Good Corporate Government (GCG)*.

b) SM Sales, Promotion & Partnership

SM Sales, Promotion & Partnership mempunyai tanggung jawab untuk menjamin adanya peningkatan pendapatan perusahaan melalui pelaksanaan bisnis perusahaan di seluruh cakupan wilayah domestik maupun internasional termasuk *interline network* yang meliputi : pemasaran dan penjualan berbasis *digital* yang terintegrasi dengan seluruh saluran distribusi, *partnership, cross selling* memenuhi *Standard* keselamatan dan keamanan penerbangan serta melaksanakan kaidah-kaidah *Good Corporate Government (GCG)*.

c) SM Digital Marketing

SM Digital Marketing berfungsi untuk memastikan pencapaian kontribusi *Sales & Revenue* melalui pengelolaan komunikasi melalui *Digital Marketing* yang efisien dan efektif pada saluran distribusi digital (*B2C, B2T – Garuda Online Sales, B2B – Corporate Oline System, Mobile, dan Call Center*) serta memastikan terlaksananya

program komunikasi *promotions* berbasis digital untuk mendukung strategi pemasaran yang mampu berkompetisi dalam bisnis penerbangan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

d) SM E-Finance & Business Support

SM E-Finance & Business Support bertugas untuk memastikan perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian semua aktivitas terkait keuangan (*financial accounting, managerial accounting, treasury, dll*) dan memastikan terlaksananya *operational business solution*, termasuk didalamnya *digital business support* (pertanggungjawaban *sales, refund, dll*) dan penyediaan *Sales Reporting* untuk semua *business process* pada unit *Digital Business* telah dilaksanakan sesuai dengan ketentuan atau kebijakan perusahaanm peraturan perundangan yang berlaku serta kaidah-kaidah *Good Corporate Government (GCG)*.

e) SM Digital Business Product & System Performance

SM Digital Business Product & System Performance memiliki tanggung jawab untuk memastikan tersedianya sistem serta *network* yang handal pada keseluruhan saluran distribusi penjualan berbasis *digital* melalui *channel B2C, B2T – Garuda Online Sales, B2B – Corporate Oline System, Mobile, Call Center, sales channel* lainnya, serta *Performance Monitoring*, sesuai perkembangan teknologi, mencakup *maintenance, Data Back Up*, dan lain-lain guna mendukung strategi perusahaan sesuai peraturan yang berlaku.