



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 PT GARUDA INDONESIA TBK

2.1 Profile PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk

2.1.1 Sejarah Garuda Indonesia

Berikut sejarah Garuda Indonesia yang penulis kutip dari *Annual Report* Garuda Indonesia tahun 2018: Nama “Garuda Indonesia” berasal dari “Garuda Indonesian Airways” yang dibuat oleh Ir. Soekarno, presiden pertama Republik Indonesia. Kata-kata ini terinspirasi dari sajak Belanda yang di buat oleh penyair RM Noto Soeroto. Garuda Indonesia merupakan penerbangan komersial pertama di Indonesia dan tercipta pertama kali atas inisiatif Angkatan Udara Republik Indonesia (AURI) dengan menyewakan pesawat yang dinamai “Indonesian Airways” kepada pemerintah Burma pada 26 Januari 1949. Peran “Indonesian Airways” pun berakhir setelah disepakatinya Konferensi Meja Bundar (KMB) pada 1949. Seluruh awak dan pesawatnya pun baru bisa kembali ke Indonesia pada 1950. Setibanya di Indonesia, semua pesawat dan fungsinya dikembalikan kepada AURI dalam formasi Dinas Angkutan Udara Militer.

Dengan ditandatanganinya perjanjian Konferensi Meja Bundar (KMB) pada 1949 maka Belanda wajib menyerahkan seluruh kekayaan pemerintah Hindia Belanda kepada pemerintahan Republik Indonesia Serikat (RIS) termasuk maskapai KLM-IIB (Koninklijke Luchtvaart Maatschappij-Inter-Insulair Bedrijf). KLM-IIB merupakan anak perusahaan KLM setelah mengambil alih maskapai swasta K.N.I.L.M (Koninklijke Nederlandshindische Luchtvaart Maatschappij) yang sudah eksis sejak 1928 di area Hindia Belanda.

Lahirnya Garuda Indonesian Airways yaitu pada 21 Desember 1949 ketika dilaksanakan perundingan lanjutan dari hasil KMB antara pemerintah Indonesia dengan maskapai KLM mengenai berdirinya sebuah maskapai nasional. Presiden Soekarno memilih dan memutuskan “Garuda Indonesian Airways” (GIA) sebagai nama maskapai ini.

Dalam mempersiapkan kemampuan staf udara Indonesia, maka KLM bersedia menempatkan sementara stafnya untuk tetap bertugas sekaligus melatih

para staf udara Indonesia. Karena itulah pada masa peralihan ini Direktur Utama pertama GIA merupakan orang Belanda yaitu Dr. E. Konijneburg. Armada pertama GIA pun merupakan peninggalan KLM-IIB dan bukan armada “Indonesian Airways” milik AURI.

Penerbangan perdana Garuda Indonesia Airways (GIA) dilakukan sehari setelah pengakuan kedaulatan Republik Indonesia (RI) oleh Belanda, yaitu tanggal 28 Desember 1949 dengan dua buah pesawat Dakota (DC-3) berangkat dari Bandar udara Kemayoran, Jakarta menuju Yogyakarta untuk menjemput Soekarno dibawa kembali ke Jakarta yang sekaligus menandai perpindahan kembali Ibukota RI ke Jakarta. Sejak saat itulah GIA terus berkembang hingga dikenal sebagai Garuda Indonesia.

Setahun kemudian di tahun 1950, Garuda Indonesia menjadi perusahaan negara. Pada periode tersebut, Garuda Indonesia mengoperasikan armada dengan jumlah pesawat sebanyak 38 buah yang terdiri dari 22 DC-3, 8 Catalina kapal terbang, dan 8 Convair 240. Armada Garuda Indonesia terus bertambah dan akhirnya berhasil melaksanakan penerbangan pertama kali ke Mekkah membawa Jemaah haji dari Indonesia pada tahun 1956. Tahun 1965, penerbangan pertama kali ke negara-negara di Eropa dilakukan dengan Amsterdam sebagai tujuan akhir.

Tahun 1980 – Sepanjang tahun 1980-an, Garuda Indonesia melakukan revitalisasi dan restrukturisasi berskala besar untuk operasi dan armadanya. Hal ini mendorong perusahaan untuk mengembangkan program pelatihan yang komprehensif untuk awak kabin dan awak darat Garuda Indonesia dan mendirikan fasilitas pelatihan khusus di Jakarta Barat dengan nama Garuda Indonesia Training Center.

Tahun 1990 – Armada Garuda Indonesia dan kegiatan operasionalnya mengalami revitalisasi dan restrukturisasi besar-besaran di sepanjang tahun 1980-an. Hal ini menuntut Perusahaan merancang pelatihan yang menyeluruh bagi karyawannya dan mendorong Perusahaan mendirikan Pusat Pelatihan Karyawan, Garuda Indonesia Training Center di Jakarta Barat.

Tahun 2000 – Seiring dengan upaya pengembangan usaha, di awal tahun 2005 Garuda Indonesia memiliki tim manajemen baru, yang kemudian membuat perencanaan baru bagi masa depan Perusahaan. Manajemen baru Garuda Indonesia melakukan evaluasi ulang dan restrukturisasi Perusahaan secara menyeluruh dengan tujuan meningkatkan efisiensi kegiatan operasional, membangun kembali kekuatan keuangan yang mencakup keberhasilan Perusahaan dalam menyelesaikan restrukturisasi utang, menambah tingkat kesadaran para karyawan dalam memahami pelanggan, dan yang terpenting memperbarui dan membangkitkan semangat karyawan Garuda Indonesia.

Tahun 2009 – Upaya membangun kekuatan keuangan Perusahaan mencakup keberhasilan Perusahaan dalam menyelesaikan restrukturisasi hutang, dimana hutang sewa pembiayaan dengan European Export Credit Agency (ECA) merupakan bagian terakhir dalam keseluruhan proses restrukturisasi ini. Restrukturisasi hutang dengan ECA berhasil diselesaikan pada tanggal 21 Desember 2010. Dengan selesainya seluruh restrukturisasi hutang Perusahaan, Garuda Indonesia siap untuk mencatatkan sahamnya ke publik di awal tahun 2011. Termasuk di dalam rencana penawaran perdana saham Perusahaan ini adalah divestasi kepemilikan saham Perusahaan di Bank Mandiri yang berasal dari penyelesaian hutang Obligasi Konversi Perusahaan di Bank Mandiri pada tahun 2009. Per akhir Desember 2010, struktur kepemilikan saham Perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia (85,8%), PT Bank Mandiri (10,6%), PT Angkasa Pura I (1,4%), PT Angkasa Pura II (2,2%).

Tahun 2014 – Pada tanggal 5 Maret 2014, Garuda Indonesia secara resmi bergabung dengan aliansi global yaitu 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.

Tahun 2015 – Garuda Indonesia 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. Garuda Indonesia memiliki 7 (tujuh) entitas anak yang berfokus pada produk/jasa pendukung bisnis perusahaan induk, yaitu PT Aero Wisata, PT Abacus Distribution Systems Indonesia, PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia, PT Aero Systems Indonesia, PT Citilink Indonesia, PT Gapura Angkasa, dan Garuda Indonesia (GIH) France. Dalam kegiatan kesehariannya, Garuda Indonesia didukung oleh 8.248 orang karyawan, termasuk 177 orang siswa yang tersebar di kantor pusat dan kantor cabang.

Tahun 2017 – Garuda Indonesia merupakan maskapai pembawa bendera Bangsa yang saat ini melayani 83 destinasi di seluruh dunia dan berbagai lokasi eksotis di Indonesia. Dengan jumlah penerbangan lebih dari 600 penerbangan per hari dan jumlah armada 196 pesawat di Januari 2017, Garuda Indonesia memberikan pelayanan terbaik melalui konsep “Garuda Indonesia Experience” yang mengedepankan keramah tamahan dan kekayaan budaya Indonesia. Menetapkan Sky Beyond 3.5 sebagai strategi jangka panjang Perseroan dengan visi “Bringing Indonesian Hospitality to the World” serta berhasil mempertahankan “The World’s Best Cabin Crew” untuk keempat kali berturut-turut.

Tahun 2018 – Garuda Indonesia berhasil membawa nama Indonesia kembali mendunia dengan mempertahankan sejumlah prestasi internasional, diantaranya sertifikasi sebagai 5-Star Airline, “The World’s Best Cabin Crew” selama lima tahun berturut-turut, dan sepuluh besar “The World’s Best Airline” dengan peringkat 9.

2.1.2 Visi dan Misi Garuda Indonesia

Visi

*Value-Driven Aviation Group, Bringing Indonesian Hospitality to the World
(US\$3.5 Billion)*

(Grup Penerbangan Bernilai Nilai, Membawa Keramahtamahan Indonesia ke Dunia (US \$ 3,5 Miliar)

Misi

Shareholder: *Maximize group value for better shareholder return among regional airlines*

(Maksimumkan nilai grup untuk pengembalian pemegang saham yang lebih baik di antara maskapai regional)

Customer: *By delivering excellent Indonesian hospitality and world best experiences to customers*

(Dengan memberikan keramahan Indonesia yang luar biasa dan pengalaman terbaik dunia kepada pelanggan)

Process: *While implementing cost leadership & synergy within group*

(Sementara menerapkan kepemimpinan biaya & sinergi dalam kelompok)

Employee: *and by engaging passionate & proud employee in one of the most admired company to work for in Indonesia.*

(dan dengan melibatkan karyawan yang bersemangat & bangga di salah satu perusahaan yang paling dikagumi untuk bekerja di Indonesia)

(Sumber: <https://www.garuda-indonesia.com/>)

2.1.3 Logo Perusahaan

Logo dari PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. memiliki gambaran kepala seekor burung dengan lima helai bulu yang berwarna biru bergradasi. Kepala burung tersebut adalah dari burung Garuda yang melambangkan lambang Negara Republik Indonesia, lima bulu sayap melambangkan Pancasila yang menjadi ideologi bangsa Indonesia dan warna biru yang digunakan melambangkan langit angkasa.

Pada tahun 2014, Garuda Indonesia bergabung dalam aliansi global yaitu SkyTeam yang mengharuskan adanya logo SkyTeam berdampingan dengan logo Garuda Indonesia. Gabungan untuk kedua logo ini disebut dengan *Lock-Up Logo Garuda Indonesia – SkyTeam*.

Gambar 2. 1 Logo Garuda Indonesia

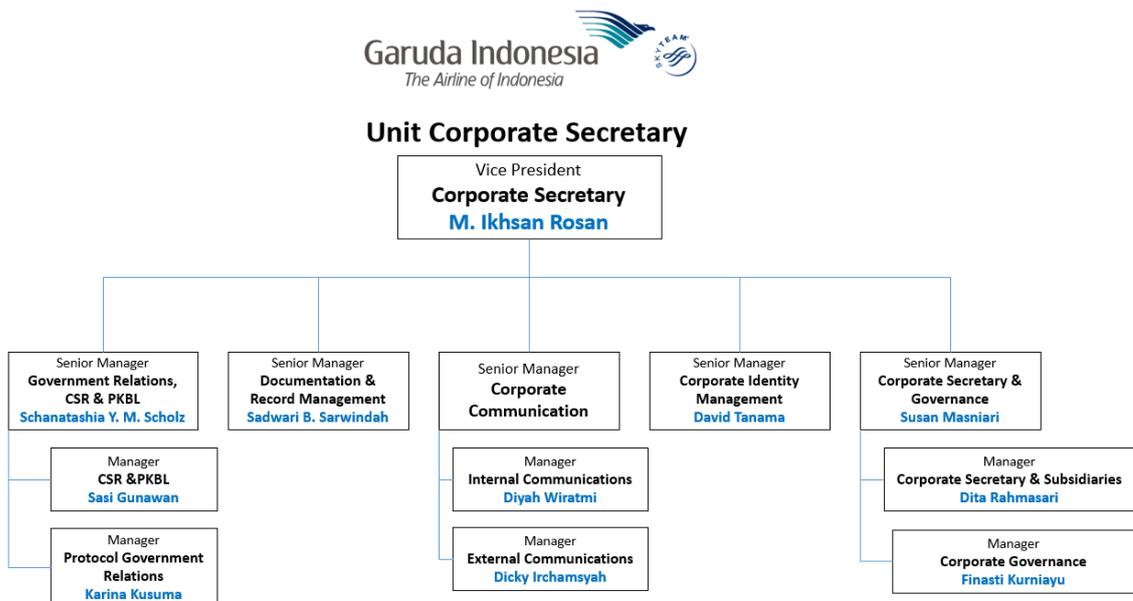


Sumber: <https://www.garuda-indonesia.com/>

2.1.4 Struktur Organisasi Garuda Indonesia Unit Corporate Secretary

Berikut ini merupakan struktur organisasi dari unit *Corporate Secretary* PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk

Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Garuda Indonesia Unit *Corporate Secretary*

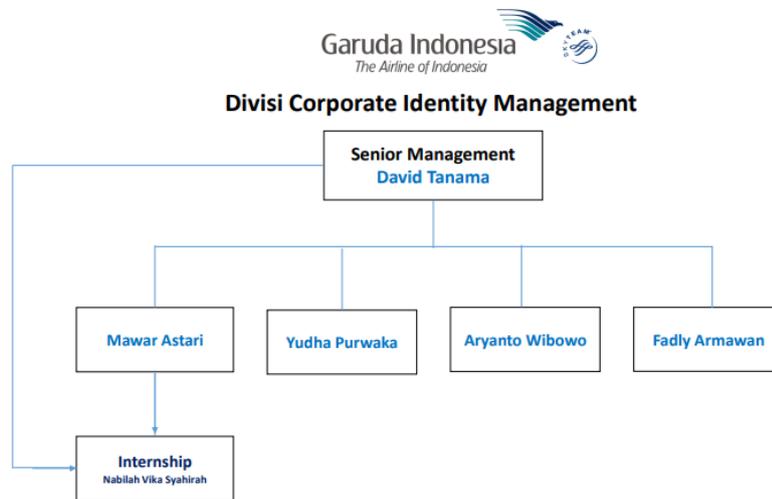


Sumber: SM *Corporate Identity Management* Garuda Indonesia

2.1.5 Struktur Organisasi Divisi Corporate Identity Management

Berikut ini merupakan struktur organisasi dari divisi *Corporate Identity Management* PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk

Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Garuda Indonesia Divisi *Corporate Identity Management*



Sumber: SM *Corporate Identity Management* Garuda Indonesia

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

2.2.1 *Corporate Identity Management*

Divisi *Corporate Identity Management* di dalam unit *Corporate Secretary* berperan untuk memastikan keseragaman identitas Perusahaan dalam meningkatkan *image* positif melalui pengelolaan *brand*. Kegiatan yang dilakukan dalam lingkup divisi ini adalah:

- Membuat *draft* standar *corporate identity*
- Membuat strategi iklan *corporate* yang mampu memperkuat *brand*.
- Memberikan informasi profil Perusahaan.
- Menyajikan kebutuhan foto dan video dari berbagai kegiatan Perusahaan.
- Menyajikan kebutuhan materi *design* dan *visual* pada setiap kegiatan Perusahaan.
- Membuat strategi tema dan pencetakan kalender Perusahaan.

Main accountability dan *main authority* dari unit *Corporate Identity Management* akan disebutkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2. 1 *Main Accountability* dan *Main Authority* Unit *Corporate Identity Management*

<i>Main Accountability</i>	<i>Main Authority</i>
1. Menjamin adanya peningkatan reputasi Perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> a. Menetapkan arah kebijakan yang menjadi acuan kerja unit terkait. b. Merekomendasikan pada unit yang membidangi fungsi <i>marketing</i> terkait dengan strategi <i>branding</i>.
2. Menjamin terlaksananya pengembangan konsep dan <i>Guidelines Corporate Identity</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Menetapkan standar & implementasi <i>Corporate Identity</i>. b. Merekomendasikan inisiatif untuk meminimalisasi adanya deviasi antara <i>company's desired identity</i> dan <i>brand features</i>
3. Menjamin terlaksananya pengembangan sarana / program / media komunikasi guna pembekalan aspek komunikasi kepada <i>people manager</i> , pengembangan motivasi karyawan, serta ketersediaan informasi Perusahaan bagi <i>stakeholders</i> dan <i>shareholders</i> .	<ul style="list-style-type: none"> a. Berkoordinasi dengan unit yang membidangi fungsi <i>Corporate Culture</i> guna menetapkan program motivasi karyawan. a. Mengusulkan standar & implementasi komunikasi internal & eksternal, termasuk media sosial. b. Merancang pengembangan saluran / media komunikasi berbasis IT. c. Menetapkan jalur media komunikasi yang efektif kepada <i>stakeholders / shareholders</i>. d. Berkoordinasi dengan unit terkait akses untuk memperoleh data.

Sumber: *Corporate Identity Management Garuda Indonesia*