

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk adalah perusahaan internasional dengan kantor pusat di Cengkareng, Tangerang, PO. BOX 19130 di Bandara Internasional Soekarno-Hatta. PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk adalah perusahaan MRO terbesar di Indonesia dan berfokus pada melakukan perawatan pesawat terbang dari berbagai jenis di seluruh dunia. Perusahaan memiliki fasilitas yang lengkap dan tim yang terlatih secara profesional untuk menangani segala kebutuhan perbaikan dan pemeliharaan pesawat. Dengan standar kualitas yang tinggi dan dedikasi terhadap keamanan, perusahaan memastikan bahwa pesawat yang dikerjakan tetap dalam kondisi baik.

Sejak berdirinya PT Garuda Indonesia pada tahun 1949 (ketika PT Garuda Indonesia belum menjadi Tbk.), departemen atau "bengkel" perawatan pesawat sudah ada sebelum perusahaan menjadi anak perusahaan PT Garuda Indonesia Tbk. Departemen ini awalnya bernama Direktorat Teknik Garuda Indonesia dan akhirnya pada tahun 1984, departemen ini berubah menjadi Departemen *Maintenance and Engineering* yang resmi berdiri dan diberi nama "Garuda Maintenance Facility AeroAsia" atau sering disingkat "GMF AeroAsia". Tujuan pembentukan divisi tersebut adalah untuk mendukung kepentingan komersial perawatan pesawat Garuda Indonesia dan menggunakannya dalam perawatan pesawat maskapai lain. Diharapkan divisi *Maintenance and Engineering* menjadi unit bisnis mandiri yang dapat menjadi unit *profitable* yang akan menghasilkan *income* dan menekan biaya operasional PT Garuda Indonesia.

Pada tahun 1998, divisi *Maintenance and Engineering* GMF AeroAsia menjadi unit bisnis strategis (SBU) PT Garuda Indonesia. Hal ini dilakukan agar PT Garuda Indonesia sebagai maskapai penerbangan dapat fokus pada bisnis intinya sebagai maskapai penerbangan. Sebagai *Strategic Business Unit* (SBU), GMF AeroAsia terus mengembangkan diri dengan meningkatkan fasilitas perawatan pesawat, infrastruktur dan keterampilan personil yang mampu mendukung penyelesaian perawatan dan perbaikan pesawat secara tepat waktu dengan *ground time* yang minimal dan efisiensi yang tinggi. bahwa ia dapat bersaing dengan memenangkan kepercayaan dari maskapai lain. Pada tahun yang sama, GMF AeroAsia mulai melayani banyak perusahaan dan operator pihak ketiga yang membutuhkan pengakuan dan sertifikasi nasional dan internasional untuk GMF AeroAsia. Dari tahun 1996 hingga 2007, PT GMF AeroAsia diakui dan disertifikasi oleh Direktorat Jenderal Perhubungan Udara Indonesia, FAA (USA), Eropa (EASA), Singapura (CAAS), Thailand (DCA), Nigeria (NCAA), Malaysia (DCAM), Bangladesh (CAA) dan beberapa negara lainnya. Persetujuan dan sertifikat terbaru dikeluarkan oleh EASA setelah PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk lolos audit 27-30 pada Januari 2014 yang memberikan dua peringkat tambahan.

PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk memiliki kemampuan komprehensif untuk perawatan dan perbaikan pesawat, termasuk perawatan lini, *overhaul*, perawatan dan perbaikan mesin dan komponen, proses konversi dan perbaikan kabin. Pencapaian mereka ditunjukkan dengan keberhasilan perusahaan memperoleh sertifikat nasional dan internasional yang membuktikan kemampuannya memenuhi standar perawatan penerbangan internasional saat ini. Sejak tahun 1974, GMF AeroAsia telah berhasil melakukan perawatan terhadap pesawat F-28 dan DC-9, dan pada akhir tahun 1993 juga berhasil melakukan *D-Check* pada pesawat B737. Dengan pengalaman yang kaya dan komitmen terus menerus untuk meningkatkan kualitas layanan, GMF AeroAsia terus menjadi industri MRO terdepan di Indonesia dan siap melayani kebutuhan perawatan pesawat di seluruh dunia.

Pada tahun 2002, manajemen PT Garuda Indonesia melakukan *spin-off* dan membentuk PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk sebagai anak perusahaan. Hal ini tercatat dalam Akta Pendirian No. 93 tanggal 26 April 2002 yang disahkan oleh Notaris Arry Soepratno, S.H. dan dilaporkan dalam Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No. 78 tanggal 27 September 2002. Dengan *spin-off* ini, SBU-GMF secara resmi menjadi entitas yang mandiri dengan nama PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia. Perubahan ini memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk fokus dalam bisnis perawatan dan perbaikan pesawat, serta memperluas jangkauan layanannya di industri penerbangan. Sejak saat itu, PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia terus berkembang dan menjadi perusahaan MRO terkemuka dengan kemampuan yang diakui baik di tingkat nasional maupun internasional.

Sejak tahun 2012, PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia telah memperluas jangkauan layanan dengan menyediakan perawatan *Industrial Gas Turbine* (IGTE) dan *overhaul* generator industri. Langkah ini bertujuan untuk menciptakan sumber pendapatan baru dan memanfaatkan sumber daya serta kompetensi yang dimiliki perusahaan sebelumnya. Dengan adanya perluasan ini, PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk dapat menjadi penyedia layanan solusi total untuk perawatan, baik dalam industri penerbangan maupun di luar penerbangan. Pada tahun 2016, perusahaan ini diberi status Pusat Logistik Berikat oleh Kementerian Keuangan, menunjukkan pengakuan atas peran pentingnya dalam industri logistik. Selanjutnya, pada tahun 2017, PT GMF AeroAsia resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham (GMFI), yang memperkuat posisinya sebagai perusahaan yang berkembang dan terpercaya di pasar modal Indonesia.

PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk telah melakukan pengembangan fasilitas dengan dukungan yang intensif dari pemerintah Indonesia. Hingga tahun 2023, Perusahaan ini telah berhasil memiliki beberapa fasilitas utama, termasuk Hangar I, Hangar II, Hangar III, Hangar IV, dan gedung manajemen. Hangar IV telah diakui sebagai Hangar *Narrow-Body* terbesar di Asia

bahkan di dunia. Selain itu, perusahaan ini juga memiliki fasilitas penting lainnya, seperti *Test Cell* dan *Engine Shop*, yang dilengkapi dengan peralatan modern dan teknologi canggih. Pengembangan fasilitas ini menunjukkan komitmen PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk dalam meningkatkan kapasitas dan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan perawatan pesawat yang optimal kepada pelanggan di tingkat nasional maupun internasional.

PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk AeroAsia memiliki luas area yang luas, mencapai lebih dari 97,7 juta m², dengan total luas fasilitas sekitar 600.000 m². Menurut Laporan Tahunan 2021, jumlah karyawan PT GMF AeroAsia berjumlah 4.926 orang, mengalami penurunan dibandingkan dengan 5.060 karyawan pada tahun 2020. Dari total karyawan tersebut, sebanyak 4.426 merupakan karyawan pria dan 500 karyawan sisanya adalah perempuan. Meskipun terdapat penurunan jumlah karyawan, PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk tetap berkomitmen untuk memberikan layanan perawatan pesawat yang berkualitas dan menjaga standar operasional yang tinggi dalam industri MRO.

Tujuan utama pendirian PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk adalah untuk menyediakan layanan MRO pesawat dan dukungan pelanggan dengan standar kualitas tinggi, tepat waktu, dan biaya yang kompetitif. Perusahaan ini juga melibatkan diri dalam bidang usaha terkait lainnya sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan profesionalisme sumber daya manusia yang terlibat dalam bisnis perawatan pesawat. Selain itu, PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk bertujuan untuk menghasilkan keuntungan melalui implementasi prinsip-prinsip bisnis yang terpercaya dan efektif. Dengan demikian, perusahaan ini bertekad untuk menjadi penyedia layanan terkemuka di industri MRO pesawat, dengan fokus pada kepuasan pelanggan dan pemenuhan standar yang tinggi.



Gambar2.1 Logo Perusahaan

Sumber : Data Perusahaan, 2022

Dari awal mula berdirinya perusahaan PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk hingga dengan saat ini PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk berhasil mendapatkan penghargaan dari berbagai lembaga-lembaga, Penghargaan yang diperoleh merupakan bentuk dari apresiasi atas kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat terhadap performance perusahaan dalam memberikan pelayanan, berikut adalah penghargaan-penghargaan yang didapat oleh perusahaan PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk yaitu:

- Penghargaan Perusahaan Paling Menjanjikan dalam Marketing 3.0. BUMN *Marketeers Award*, 2019.
- Penghargaan Perusahaan Paling Menjanjikan dalam Entrepreneurial SOEs. BUMN *Marketeers Award*, 2019.
- Penghargaan Perusahaan Paling Menjanjikan dalam Branding Campaign. BUMN *Marketeers Award*, 2019.
- Penghargaan Perusahaan Paling Menjanjikan dalam Tactical Marketing. BUMN *Marketeers Award*, 2019.
- Penghargaan Perusahaan Paling Menjanjikan dalam Strategic Marketing. BUMN *Marketeers Award*, 2019.
- Penghargaan Terbaik di Kategori Anak Perusahaan. BUMN *Marketeers Award*, 2019.
- Pemenang Emas, Go ASEAN *Champion* untuk Sektor Bisnis di Pasar ASEAN. Markplus & Phillip Kotler Center for ASEAN *Marketing*, Markplus Inc., Jakarta, 2019.
- Peringkat 9 Global MRO *Airframe of The Year*. *Aviation Week Networks Editor's Choice Award* 2019, Singapura, 2019.

- Strategi Brand Terbaik dalam Corporate Branding. *BUMN Track Branding & Marketing Award 2019*, BUMN Track, Jakarta, 2019.
- Indikator Global Terbaik: Kolaborasi Internasional Terbaik untuk Branding & Pemasaran BUMN (Tbk.). *BUMN Track Branding & Marketing Award 2019*, BUMN Track, Jakarta, 2019.
- Pemasaran Terbaik BUMN (Tbk.). *BUMN Track Branding & Marketing Award 2019*, BUMN Track, Jakarta, 2019.
- Pemenang Perunggu Perusahaan Paling Menjanjikan dalam Branding Campaign. *BUMN Marketeers Award*, 2020.
- Asia MRO - *Airframe of The Year*, *Aviation Week Network Award*, 2020.
- Digital Global *Branding & Marketing*, *BUMN Branding & Marketing Award*, 2020.
- Anak BUMN Terpopuler di Media Digital, Anugerah Humas Indonesia, 2020.
- Pemimpin Anak BUMN Terpopuler di Media Digital, Anugerah Humas Indonesia, 2020.

Sebagai bagian resmi dari anak perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), perusahaan PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk menjaga komitmen usahanya dalam memberikan pelayanan serta perlindungan yang terbaik kepada konsumen pengguna jasa transportasi udara di dunia.

2.2 Profil Perusahaan

2.2.1 Lokasi Perusahaan

Perusahaan PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk memiliki kantor pusat resmi yang terletak di Jl. Perusahaan No.1, Cengkareng, Tangerang 15125, Banten, Indonesia. Kantor pusat ini berlokasi di dalam kawasan Bandara Internasional Soekarno-Hatta, mencerminkan kehadiran strategis perusahaan di salah satu bandara terbesar di Indonesia. Sebagai lokasi utama perusahaan, kantor

pusat ini menjadi pusat operasional dan pengelolaan berbagai kegiatan bisnis PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk. Dengan lokasinya yang strategis, perusahaan ini dapat memberikan layanan perawatan pesawat yang efisien dan berkualitas kepada pelanggan di dalam dan luar negeri.



Gambar2.2Lokasi Kantor PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia

Sumber : Google, 2019

2.2.2 Visi Misi Perusahaan

Berikut merupakan Visi dan Misi Perusahaan PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia :

A) Visi

Most Valuable MRO Company (MRO: Aircraft Maintenance, Repair, and Overhaul) Visi ini bermakna menunjukkan tujuan perusahaan untuk menjadi pemimpin dan yang paling dihargai dalam industri perawatan pesawat.

B) Misi

Integrated and Reliable Maintenance Solution as a Contribution to the Nation bermakna misi PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia adalah menyediakan solusi perawatan yang terintegrasi dan dapat diandalkan sebagai kontribusi kepada bangsa. Misi ini menekankan pentingnya perusahaan dalam menyediakan solusi perawatan yang komprehensif dan handal kepada klien dan juga memberikan kontribusi positif kepada negara.

C) Core Values

Penyesuaian terhadap nilai inti Perseroan dilakukan agar selaras dengan transformasi SDM yang telah diimplementasikan oleh lingkungan BUMN. Saat ini Perseroan menggunakan “AKHLAK” sebagai nilai inti Perseroan.

- **A (Amanah)**
Memegang teguh kepercayaan yang diberikan dengan berperilaku dan bertindak selaras dengan perkataan, menjadi seseorang yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab, dan bertindak jujur serta berpegang teguh kepada nilai moral dan etika secara konsisten.
- **K (Kompeten)**
Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas, terus-menerus meningkatkan kemampuan/kompensi agar selalu mutakhir, selalu dapat diandalkan dengan memberikan kinerja terbaik, dan menghasilkan kinerja serta prestasi yang memuaskan.
- **H (Harmonis)**
Saling peduli dan menghargai perbedaan yang diwujudkan dalam bentuk berperilaku saling membantu dan mendukung

sesama insan organisasi maupun masyarakat, selalu menghargai pendapat, ide atau gagasan orang lain, serta menghargai kontribusi setiap orang dari berbagai latar belakang.

- **L (Loyal)**

Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara dengan menunjukkan komitmen yang kuat untuk mencapai tujuan, berkontribusi lebih dan rela berkorban dalam mencapai tujuan, dan menunjukkan kepatuhan kepada organisasi dan negara.

- **A (Adaptif)**

Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan dengan melakukan inovasi secara konsisten untuk menghasilkan yang lebih baik, terbuka terhadap perubahan, bergerak lincah, cepat, dan aktif dalam setiap perubahan untuk menjadi lebih baik, serta bertindak proaktif dalam menggerakkan perubahan.

- **K (Kolaboratif)**

Membangun kerja sama yang sinergis dan terbuka dengan berbagai pihak, mendorong terjadinya sinergi untuk mendapatkan manfaat dan nilai tambah, dan bersinergi untuk mencapai tujuan bersama.

Dengan visi untuk menjadi perusahaan MRO yang paling berharga dan misi untuk menyediakan solusi perawatan yang terintegrasi dan dapat diandalkan, PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk menegaskan komitmennya untuk menjadi pemain utama dalam industri perawatan pesawat dan berperan penting dalam mendukung keberlanjutan dan kemajuan industri penerbangan di Indonesia.

Sebagai perusahaan yang bergerak di sektor MRO, GMF menyadari betapa pentingnya peran mereka dalam mendukung keberlanjutan dan kemajuan industri

penerbangan di Indonesia. Melalui layanan perawatan yang berkualitas tinggi dan dukungan teknis yang handal, GMF berkomitmen untuk menjaga dan meningkatkan keandalan serta keamanan penerbangan di negara ini.

Visi, Misi, dan Nilai Perseroan telah disampaikan kepada seluruh karyawan melalui program orientasi pada saat mereka bergabung pertama kalinya. GMF selalu menyampaikan informasi terkini mengenai perubahan Visi, Misi, dan Nilai Perseroan melalui berbagai media internal seperti situs resmi Perseroan, buletin bulanan Perseroan, dan setiap pertemuan internal yang dilakukan di lingkungan Perseroan.

2.2.3 Filosofi Logo

Logo GMF merupakan simbol yang mewakili identitas perusahaan PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk. Dalam desainnya, logo GMF menggabungkan unsur-unsur yang melambangkan profesionalisme, keahlian, dan komitmen perusahaan terhadap industri penerbangan.



Gambar 2.3Font Logo Perusahaan

Sumber : Data Perusahaan, 2023

Arti Logo PT Garuda *Maintenance Facility* AeroAsia Tbk

Logo PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk dirancang dengan mempertahankan ciri khas dan identitas yang terkait dengan Garuda Indonesia,

perusahaan induknya. Logo tersebut mencerminkan warisan perusahaan yang telah beroperasi selama lebih dari lima puluh tahun di Indonesia.

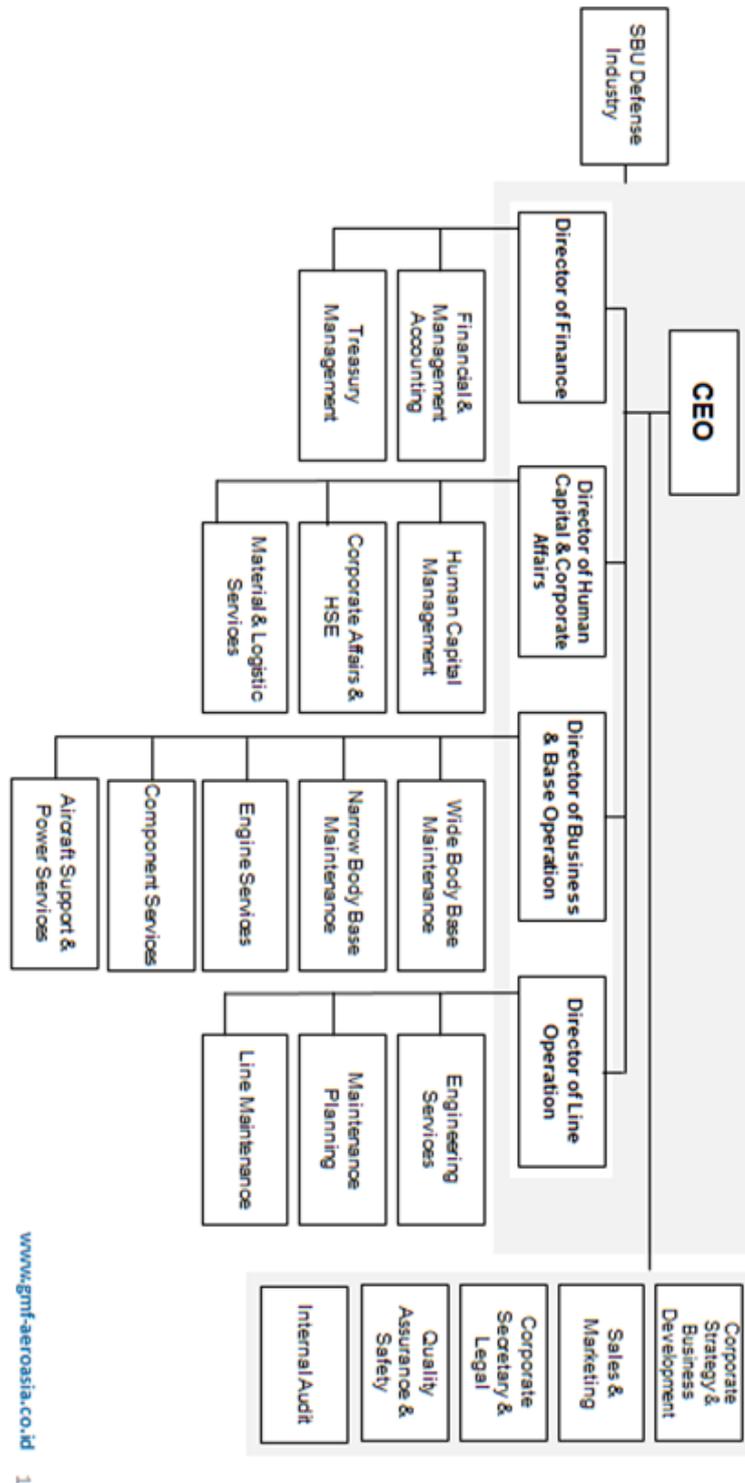
Logo PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk memuat elemen-elemen utama yang harus hadir dalam sebagian besar penggunaan, seperti lambang burung Garuda, garis horison biru, logotype GMF, dan tagline Garuda Indonesia Group. Penggunaan yang konsisten dari identitas perusahaan akan membentuk standar yang tepat dan konsistensi yang diperlukan.

Logotype "GMF" menggunakan *Avenir Book Italic*, sebuah jenis huruf *san serif modern* yang menyoroti sifat dinamis dan semangat GMF AeroAsia dalam terus maju dan berinovasi. Sedangkan untuk "AeroAsia", digunakan jenis huruf *Myriad Roman*, sebuah huruf *san serif* yang memiliki kekuatan dalam penampilannya, dengan lekukan yang menekankan fleksibilitas, keramahan dalam pelayanan, dan nilai-nilai pelanggan.

Simbol burung Garuda dan *tagline* menunjukkan bahwa GMF merupakan perusahaan yang secara erat terkait dan mendukung Garuda Indonesia.



2.2.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Organisasi GMF

Sumber : Data Perusahaan, 2023

Berdasarkan Gambar 2.3 terkait Struktur Organisasi PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk, *Chief Executive Officer* (CEO) atau direktur utama merupakan pimpinan tertinggi di perusahaan PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia Tbk yang memiliki peran, sebagai berikut :

- a. Direktur utama berhak dan berwenang bertindak untuk dan atas nama direksi serta sah mewakili Perseroan. Direktur utama juga diawasi oleh pihak Komisaris.
- b. Dinas yang dipegang oleh Direktur utama yaitu,
 - Direktur *Finance*
 - Direktur *Line Operation*
 - Direktur *Business and Base Operation*
 - Direktur *Human Capital and Corporate Affairs*
 - *Vice President Quality Assurance and Safety*
 - *Vice President Internal Audit*
 - *Vice President Corporate Strategy and Business Development*
 - *Vice President Sales and Marketing*
 - *Vice President Corporate Secretary and Legal*
- c. Perusahaan memiliki wakil Direktur Utama yaitu direktur dinas yang memiliki peran, sebagai berikut :
 - Peran direksi adalah Melakukan semua tindakan terkait manajemen Perseroan demi kepentingan Perseroan dan sesuai dengan tujuan dan maksud Perseroan, serta mewakili Perseroan baik di dalam maupun di luar pengadilan dalam segala hal dan kejadian, dengan mematuhi batasan yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan, Anggaran Dasar, dan/atau Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham.

2.3 Tinjauan Pustaka

2.3.1 Pengertian Organisasi

Manusia secara alamiah cenderung hidup dalam kelompok sosial dan bekerja sama dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan mereka yang semakin kompleks. Kehidupan masyarakat yang bersifat organis menunjukkan bahwa setiap individu saling melengkapi dalam memenuhi kebutuhan mereka. Untuk memastikan kelangsungan dan efektivitas kerjasama tersebut, diperlukan pengorganisasian yang memungkinkan setiap anggota kelompok menjalankan peran dan tanggung jawabnya dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa manusia memiliki kemampuan bawaan untuk mengatur dan mengorganisasi tindakan mereka sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai (Suharsono, 2012:11).

Dalam prakteknya, banyak organisasi yang cenderung didominasi oleh kepentingan individu atau kelompok tertentu, meskipun seharusnya organisasi harus dilihat sebagai entitas yang kompleks dan multidisipliner. Perspektif tentang organisasi dapat berbeda-beda tergantung pada disiplin ilmu yang digunakan, seperti ekonomi, bisnis, sosial, politik, dan lain-lain. Sebagai contoh, dari sudut pandang seorang ekonom, organisasi difokuskan pada penyediaan barang dan jasa yang memadai bagi masyarakat. Sementara itu, bagi praktisi bisnis yang beroperasi dalam situasi persaingan yang ketat, organisasi dipandang sebagai wadah untuk mencapai tingkat keuntungan yang memadai.

Namun, penting untuk memahami bahwa organisasi bukanlah entitas yang terbatas hanya pada aspek ekonomi atau keuntungan semata. Organisasi juga memiliki dampak sosial, lingkungan, dan politik yang perlu diperhatikan. Pengertian organisasi dapat menjadi subjektif tergantung pada perspektif yang digunakan.

Dalam melihat organisasi secara menyeluruh, perlu adanya pemahaman yang holistik dan melibatkan berbagai disiplin ilmu. Pendekatan interdisipliner dapat membantu melihat organisasi dalam konteks yang lebih

luas dan mempertimbangkan aspek-aspek yang beragam, termasuk dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan.

Dengan demikian, penting bagi organisasi untuk mengadopsi pendekatan yang beragam dan mencakup perspektif yang lebih luas dalam merancang strategi dan tujuan mereka. Hal ini dapat membantu memastikan bahwa organisasi tidak hanya berfokus pada kepentingan individu atau kelompok tertentu, tetapi juga memperhatikan aspek-aspek yang lebih komprehensif, seperti keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Ada beberapa pengertian tentang organisasi menurut beberapa ahli (Suharsono, 2012:13):

Menurut Robbins dan Coulter, organisasi adalah entitas sosial yang terdiri dari orang-orang yang saling bekerja sama dalam suatu kerangka yang terstruktur untuk mencapai tujuan bersama.

Menurut Gibson, organisasi dapat didefinisikan sebagai usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran dengan cara yang efisien dan efektif melalui tindakan yang dilakukan secara kolektif atau bersama-sama.

Menurut Kast dan Rosenzweig, organisasi atau perusahaan terdiri dari sekelompok orang yang memerlukan koordinasi untuk bekerja bersama. Organisasi ini terdiri dari berbagai subsistem yang saling terkait dan saling bergantung satu sama lain. Para anggota organisasi bekerja berdasarkan pembagian tugas, peran, dan wewenang yang ditetapkan, dengan tujuan tertentu yang ingin dicapai.

Edgar Schein berpendapat bahwa organisasi merupakan koordinasi berbagai kegiatan manusia yang direncanakan dengan tujuan mencapai maksud atau tujuan tertentu. Koordinasi ini dilakukan melalui pembagian tugas dan fungsi serta melalui rangkaian wewenang dan tanggung jawab yang terdefinisi dengan jelas.

Menurut Henri Fayol, organisasi adalah suatu sistem yang terdiri dari berbagai elemen yang saling berhubungan, seperti orang-orang, tugas-tugas, wewenang, dan alat-alat yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Chester Barnard, organisasi adalah suatu sistem kerjasama antara individu-individu yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama dengan menggunakan sarana dan kegiatan yang terkoordinasi.

Menurut Max Weber, organisasi adalah suatu struktur yang terdiri dari posisi-posisi yang ditentukan dengan jelas dan hubungan yang terorganisir di antara posisi-posisi tersebut, serta didasarkan pada prinsip-prinsip rasionalitas dan otoritas.

Cyril Soffer berpendapat bahwa organisasi adalah sebuah kelompok orang yang masing-masing memiliki peran yang ditetapkan dalam kerangka kerja sosial. Dalam organisasi tersebut, terdapat pembagian kerja yang terperinci menjadi tugas-tugas yang kemudian dibagikan kepada individu-individu yang memegang peran tersebut. Hasil kerja dari individu-individu tersebut kemudian digabungkan dalam berbagai bentuk hasil yang dihasilkan oleh organisasi.

Pengertian-pengertian yang telah disampaikan sebelumnya menggambarkan organisasi sebagai entitas sosial yang memiliki struktur dan kerangka kerja yang terorganisir. Dalam organisasi, individu-individu bekerja bersama dan saling berinteraksi dalam rangka mencapai tujuan bersama secara efektif dan efisien.

Organisasi sebagai entitas sosial menekankan bahwa organisasi melibatkan interaksi antara individu-individu yang bekerja bersama. Mereka saling berkomunikasi, berkolaborasi, dan mempengaruhi satu sama lain dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Selain itu, organisasi juga mencakup aspek sosial seperti budaya organisasi, nilai-nilai bersama, dan dinamika hubungan antarindividu.

Struktur organisasi mengacu pada pengaturan tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang diberikan kepada individu-individu dalam organisasi. Struktur ini memungkinkan koordinasi dan pembagian kerja yang efisien, serta memfasilitasi hubungan antarbagian organisasi. Melalui struktur yang terorganisir, organisasi dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya, menghindari tumpang tindih dalam tanggung jawab, dan mencapai sinergi dalam kerja tim.

Pencapaian tujuan secara efektif dan efisien menjadi fokus utama dalam organisasi. Tujuan ini dapat mencakup pencapaian keuntungan, pertumbuhan bisnis, pelayanan publik, atau tujuan sosial lainnya. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, organisasi mengadopsi proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang terencana dan terstruktur.

Secara keseluruhan, pengertian-pengertian ini menggambarkan organisasi sebagai entitas kompleks yang melibatkan interaksi sosial, struktur yang terorganisir, dan fokus pada pencapaian tujuan bersama. Dengan memahami karakteristik tersebut, organisasi dapat berfungsi secara efektif sebagai entitas yang adaptif dan mampu menghadapi tantangan dan perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis dan sosial.

Definisi mengenai organisasi memang beragam menurut para ahli, namun intinya adalah pencapaian tujuan yang sesuai dengan harapan. Organisasi memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Sebagai contoh, seorang pelaku bisnis harus berinteraksi dengan berbagai organisasi atau instansi tertentu dalam menjalankan bisnisnya.

Oleh karena itu, penting bagi seseorang untuk mempelajari organisasi agar dapat secara mandiri merancang struktur organisasinya sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai. Dengan pemahaman yang baik tentang organisasi, individu dapat mengoptimalkan pengaturan struktur, sistem, dan proses organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Memahami organisasi juga membantu individu untuk mengenali bagaimana orang-orang dalam organisasi saling berinteraksi, berkolaborasi,

dan berkomunikasi. Dengan pemahaman ini, individu dapat membangun hubungan yang baik dengan anggota organisasi lainnya dan memfasilitasi kerja tim yang efektif.

Selain itu, pemahaman tentang organisasi memungkinkan individu untuk mengenali faktor-faktor yang memengaruhi kinerja organisasi, seperti budaya organisasi, kebijakan, dan perubahan lingkungan. Dengan pemahaman ini, individu dapat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk menjaga kelangsungan dan kesuksesan organisasi.

Secara keseluruhan, mempelajari organisasi adalah penting karena organisasi merupakan bagian integral dari kehidupan manusia. Dengan pemahaman yang baik tentang organisasi, individu dapat mengelola dan mendesain struktur organisasi sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang diinginkan, serta berperan aktif dalam mencapai kesuksesan organisasi yang diharapkan.

2.3.2 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

2.3.2.1 Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Filho et al. (Gresi Sanje Dahan, 2012), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan dalam menjalin hubungan yang etis dan transparan dengan semua pihak yang berkepentingan, serta menetapkan tujuan perusahaan yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan juga melibatkan upaya perlindungan lingkungan dan sumber daya budaya untuk generasi mendatang, menghormati keragaman, serta mempromosikan pengurangan masalah sosial.

Sementara itu, tanggung jawab sosial perusahaan mencerminkan cara bagi perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dan sekaligus menciptakan reputasi yang unggul dan positif dalam dunia bisnis (Smith, 2007; Porter dan Kramer, 2006).

Menurut Keith Davis (dalam Suharsono, 2012:214), tanggung jawab sosial perusahaan merujuk pada pengakuan bahwa organisasi memiliki dampak yang signifikan terhadap sistem sosial, dan dampak tersebut harus dipertimbangkan dan diimbangi dengan tepat dalam setiap tindakan yang dilakukan oleh organisasi.

Menurut World Bank (dalam Suharsono, 2012:215), tanggung jawab sosial perusahaan melibatkan komitmen yang dipegang oleh para pelaku bisnis untuk memberikan kontribusi yang berkelanjutan terhadap pembangunan ekonomi. Kontribusi tersebut ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan para karyawan, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan, dengan menggunakan cara-cara yang saling menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat. Tujuan akhirnya adalah untuk meningkatkan kualitas hidup mereka secara berkelanjutan.

Menurut CSR Forum yang dikutip oleh Wibisono (2007), tanggung jawab sosial perusahaan dapat diartikan sebagai praktik bisnis yang transparan, berdasarkan nilai-nilai moral, dan menghormati karyawan, komunitas, dan lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tindakan atau konsep yang dijalankan oleh perusahaan sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya untuk bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Contoh konkretnya dapat berupa kegiatan yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat, upaya perlindungan lingkungan, pemberian beasiswa kepada anak-anak tidak mampu, penyumbangan dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa atau proyek sosial yang bermanfaat bagi banyak orang, terutama bagi masyarakat sekitar perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan juga mencerminkan strategi perusahaan yang mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Fenomena ini muncul seiring dengan kesadaran bahwa pembangunan perusahaan jangka panjang memiliki nilai yang lebih penting daripada sekedar mencari keuntungan semata.

Menurut Yusuf Wibisono (2007:6), tanggung jawab sosial perusahaan merujuk pada operasi bisnis yang memiliki komitmen untuk meningkatkan keuntungan perusahaan tidak hanya secara finansial, tetapi juga untuk membangun sosial-ekonomi kawasan secara menyeluruh, berkelanjutan, dan terlembaga. Salah satu konsep yang lebih mudah dipahami dan dioperasikan dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah pengembangan konsep "Triple Bottom Lines" yang diajukan oleh John Elkington (1998), yang melibatkan aspek keuntungan (*profit*), lingkungan (*planet*), dan kesejahteraan sosial (*people*).

Sukada, et al. (2007) mengemukakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah upaya nyata yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi dampak negatif dan meningkatkan dampak positif dari operasinya dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, kepada semua pemangku kepentingan, dengan tujuan mencapai pembangunan berkelanjutan.

Tanggung jawab sosial perusahaan melampaui hanya melakukan kegiatan amal, melibatkan pengambilan keputusan yang mempertimbangkan konsekuensi terhadap semua pemangku kepentingan (*stakeholder*). Hal ini mendorong perusahaan untuk mencapai keseimbangan antara kepentingan pemangku kepentingan eksternal yang beragam dengan kepentingan pemegang saham yang merupakan salah satu pemangku kepentingan internal. Dalam proses pengambilan keputusan, perusahaan diharapkan mempertimbangkan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang terjadi, serta menjaga keseimbangan antara kepentingan berbagai pihak yang terlibat. Dengan demikian, tanggung jawab sosial perusahaan melibatkan upaya untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan dengan memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam operasi perusahaan.

2.3.2.2 Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh *Business for Social Responsibility* (BSR), sebuah organisasi berbasis di Amerika Serikat, perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan dapat meraih sejumlah manfaat yang signifikan. Beberapa di antaranya mencakup:

1. Meningkatkan *Brand Image* dan Reputasi Perusahaan

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan tingkat kepopuleran perusahaan di mata masyarakat, sehingga reputasi perusahaan juga akan meningkat apabila program-program tersebut dijalankan dengan optimal.

2. Meningkatkan Penjualan dan Loyalitas Pelanggan

Jika perusahaan melaksanakan program tanggung jawab sosial dengan baik, konsumen akan menjadi lebih loyal karena mereka tidak hanya mengenal kualitas produk, tetapi juga menyadari tujuan baik yang diemban oleh perusahaan.

3. Mengurangi Biaya Operasional

Dengan adanya tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan tidak perlu lagi mengalokasikan anggaran untuk kegiatan promosi karena produk atau perusahaan secara otomatis akan lebih dikenal oleh masyarakat. Hal ini berdampak pada penurunan biaya operasional perusahaan.

4. Meningkatkan Kinerja Keuangan

Dengan penerapan tanggung jawab sosial perusahaan, diharapkan perusahaan akan mengalami peningkatan laba karena adanya peningkatan dalam penjualan. Sebagai akibatnya, kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan juga akan mengalami peningkatan.