BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Kementerian BUMN merupakan lembaga pemerintah yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengawasan perusahaan milik negara untuk mendukung perekonomian nasional yang di dirikan pada 13 April 1998, dan berlokasi di Jl. Medan Merdeka Selatan No.13, Gambir, Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10110. Kementerian ini berperan dalam merumuskan kebijakan, mengawasi kinerja, serta mengoordinasikan lebih dari 40 BUMN di berbagai sektor industri. Awalnya bagian dari Kementerian Keuangan sejak 1973, Kementerian BUMN mengalami beberapa perubahan struktur sebelum akhirnya menjadi lembaga penuh pada 2001.

2.1.1 Profil Perusahaan

Berdasarkan profil Kementerian BUMN (2025). Kementerian BUMN merupakan lembaga pemerintah di Indonesia yang memiliki tanggung jawab dalam mengelola serta mengawasi perusahaan-perusahaan milik negara agar dapat memberikan kontribusi maksimal bagi perekonomian nasional.

Visi Kementerian BUMN adalah "Menjadikan BUMN sebagai entitas bisnis yang profesional, kompetitif, dan mampu memberikan kontribusi terbaik bagi pertumbuhan ekonomi nasional." Untuk mewujudkan visi tersebut, kementerian ini menetapkan beberapa misi utama, yaitu Meningkatkan nilai dan daya saing BUMN melalui penerapan tata kelola yang transparan dan akuntabel, Mendorong inovasi serta peningkatan efisiensi dalam pengelolaan perusahaan negara, Memastikan keberlanjutan serta manfaat sosial dari keberadaan BUMN bagi masyarakat luas, dan Menjadikan BUMN sebagai motor utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Gambar 2.1 Logo Kementerian BUMN
Sumber: Kementerian BUMN (2025)

Kementerian BUMN memiliki identitas visual berupa logo yang mencerminkan perannya sebagai pengelola dan pembina perusahaan milik negara. Logo ini mengandung elemen-elemen desain yang melambangkan kolaborasi, pertumbuhan, serta inovasi sebagai prinsip dasar dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawabnya.

Dalam hal kegiatan usaha, Kementerian BUMN tidak secara langsung memproduksi barang maupun jasa, tetapi memiliki tugas utama dalam membina serta mengawasi perusahaan-perusahaan BUMN yang bergerak di berbagai sektor industri. Beragam produk dan layanan yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan BUMN di bawah koordinasi kementerian ini mencakup bidang transportasi, energi, telekomunikasi, keuangan, infrastruktur, serta industri strategis lainnya. Melalui peran tersebut, kementerian ini berupaya memastikan bahwa pengelolaan BUMN dilakukan secara profesional, transparan, dan berorientasi pada kesejahteraan masyarakat serta pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

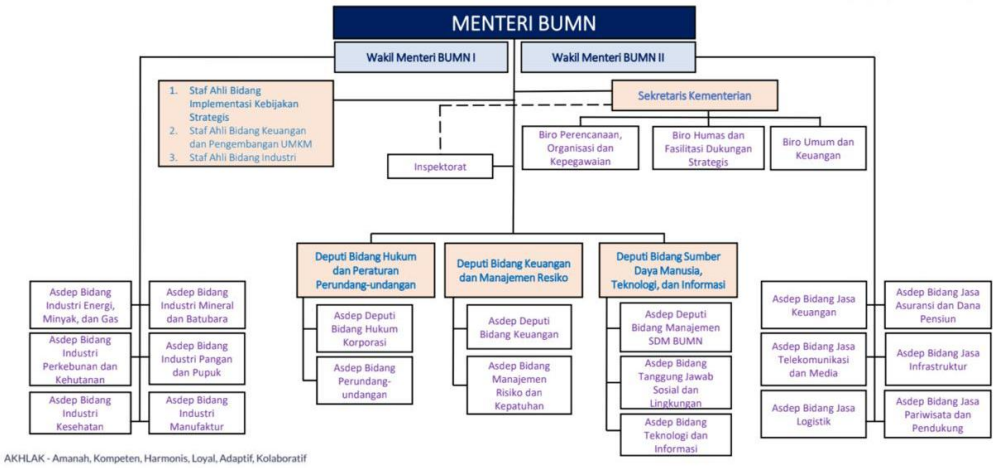
Kementerian BUMN awal berdiri pada tahun 1973 sebagai tim kecil di bawah Kementerian Keuangan yang bertugas membina dan mengelola perusahaan milik negara. Seiring perkembangan, pada tahun 1993, organisasi ini berkembang menjadi Direktorat Jenderal Pembinaan BUMN untuk memperkuat pengelolaan dan pengawasan terhadap BUMN. Perubahan signifikan terjadi pada 1998, ketika pemerintah membentuk Kementerian BUMN, mengalihkan kewenangan pengelolaan BUMN dari Kementerian Keuangan kepada Menteri Pemberdayaan BUMN. Langkah ini bertujuan meningkatkan profesionalisme dan efisiensi dalam pengelolaan perusahaan negara agar lebih berkontribusi terhadap pembangunan nasional.

Pada periode 2000-2001, terjadi dinamika dalam struktur kelembagaan, di mana Kementerian BUMN sempat diturunkan kembali menjadi unit setingkat Eselon I di bawah Departemen Keuangan. Namun, dengan semakin kompleksnya tantangan ekonomi dan kebutuhan akan pengelolaan BUMN yang lebih strategis, pada akhir 2001, Kementerian BUMN dikembalikan sebagai kementerian penuh. Hingga saat ini, kementerian ini berperan dalam pembinaan, pengawasan, serta pengembangan BUMN agar mampu bersaing secara nasional maupun global, serta memberikan kontribusi maksimal bagi perekonomian Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Kementerian BUMN dirancang dengan berbagai unit dan biro yang memiliki peran spesifik dalam memastikan kelancaran fungsi pemerintahan serta pengelolaan BUMN secara efektif. Setiap unit dipimpin oleh pejabat yang bertanggung jawab atas koordinasi, pengambilan kebijakan strategis, serta pelaksanaan visi dan misi kementerian. Dengan sistem kerja yang terorganisir serta pembagian tugas yang jelas, setiap bagian dapat menjalankan fungsinya secara optimal sesuai dengan bidangnya. Struktur ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pengawasan, pengelolaan, dan pengembangan BUMN agar mampu

berkontribusi secara maksimal bagi pertumbuhan ekonomi nasional serta kesejahteraan masyarakat.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Kementerian BUMN
Sumber: Kementerian BUMN (2025)

2.3 Portofolio Perusahaan

2.3.1 Kampanye *#GirlsTakeover*

Gambar 2.1 *GirlsTakeove*
Sumber: Srikandi BUMN (2025)

Kampanye *#GirlsTakeover* merupakan bagian dari inisiatif global yang diinisiasi oleh *Plan International* dan diimplementasikan di Indonesia melalui kolaborasi dengan sejumlah mitra strategis, termasuk Kementerian BUMN. Program ini bertujuan untuk mendorong terciptanya kesetaraan gender dalam kepemimpinan dengan memberikan kesempatan kepada remaja perempuan untuk secara simbolis menempati posisi strategis di institusi besar selama satu hari. Melalui pendekatan partisipatif ini, kampanye diharapkan mampu membangun kesadaran kolektif mengenai potensi dan hak perempuan muda dalam dunia kerja dan pengambilan keputusan. Kementerian BUMN menunjukkan komitmennya terhadap nilai-nilai inklusivitas dengan mendorong peningkatan representasi perempuan dalam jajaran kepemimpinan BUMN serta menciptakan lingkungan kerja yang responsif terhadap prinsip-prinsip kesetaraan. Dari sisi komunikasi visual, kampanye ini memanfaatkan elemen desain yang dirancang secara strategis, antara lain penggunaan warna-warna cerah yang melambangkan semangat dan perubahan, serta penyajian konten melalui media sosial, seperti infografis, poster, spanduk, video pendek, backdroop dan *reels* Instagram. Implementasi nyata dari kampanye ini tampak melalui keterlibatan remaja perempuan dalam posisi kepemimpinan sementara, termasuk sebagai Menteri BUMN dan CEO di perusahaan-perusahaan BUMN seperti Telkom, Pertamina, dan BTN, yang secara aktif terlibat dalam proses pengambilan keputusan strategis.

2.3.2 Program Mudik Gratis Bersama BUMN

Gambar 2.2 Program Mudik Gratis Bersama BUMN
Sumber: Kementerian BUMN (2025)

Program Mudik Gratis Bersama BUMN merupakan agenda rutin tahunan yang diselenggarakan oleh berbagai BUMN sebagai bentuk kontribusi terhadap pelayanan sosial selama masa arus mudik Lebaran. Inisiatif ini bertujuan untuk menyediakan alternatif transportasi yang lebih aman, nyaman, dan terorganisir bagi masyarakat, sekaligus berkontribusi dalam menekan tingkat kepadatan lalu lintas serta potensi kecelakaan di jalan raya. Selain sebagai bentuk implementasi tanggung jawab sosial perusahaan, program ini juga menjadi sarana strategis dalam membangun komunikasi korporat melalui pendekatan visual. Dalam pelaksanaannya, program ini memanfaatkan berbagai media desain, termasuk identitas visual, poster, spanduk, baliho, serta konten digital seperti *reels, story* instagram dan banner. Seluruh elemen tersebut dirancang untuk memperkuat citra positif BUMN di tengah masyarakat dan memperluas jangkauan pesan program secara efektif.

2.3.3 Safari Ramadhan BUMN

Gambar 2.3 Safari Ramadhan BUMN
Sumber: Kementerian BUMN (2025)

Safari Ramadan BUMN merupakan inisiatif tahunan yang diinisiasi oleh Kementerian BUMN bersama sejumlah perusahaan BUMN sebagai bagian dari tanggung jawab kepedulian sosial korporasi selama bulan Ramadan. Program ini dirancang untuk memperkuat hubungan antara BUMN dan masyarakat melalui pelaksanaan kegiatan sosial yang mencakup distribusi paket sembako, pemberian santunan kepada anak-anak yatim, layanan kesehatan gratis, serta dukungan terhadap fasilitas keagamaan. Selain sebagai manifestasi nilai-nilai moral dalam tata kelola korporasi, program ini juga diorientasikan sebagai sarana komunikasi visual yang efektif dalam membangun citra institusi. Berbagai elemen desain diaplikasikan secara strategis, mulai dari pengembangan identitas visual hingga penyusunan materi promosi seperti spanduk, baliho, backdrop, *merchandise* dan konten media sosial berupa *feeds* instagram, poster, video pendek, maupun infografis dengan sentuhan estetika Islami. Melalui pendekatan tersebut, Safari Ramadan diharapkan dapat memperkuat konektivitas emosional antara perusahaan negara dan masyarakat dalam suasana religius yang penuh makna.