

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Pertamina Retail adalah salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia dan merupakan anak perusahaan dari PT Pertamina. Awalnya didirikan pada tahun 1997 dengan nama PT Pertajaya Lubrindo yang bergerak di bidang pelumas, perusahaan ini kemudian mengalami transformasi nama menjadi PT Pertamina Retail pada 1 September 2005. Perubahan nama ini dilakukan sebagai bentuk penyesuaian terhadap dinamika pasar ritel, khususnya dalam menghadapi liberalisasi pasar Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di Indonesia. Pada tahun 2017, PT Pertamina Retail terus memperkuat posisinya di sektor hilir dengan melakukan pengembangan bisnis, modernisasi SPBU, serta perluasan layanan non-bahan bakar seperti minimarket, kafe, dan fasilitas pendukung lainnya. Langkah ini diambil untuk meningkatkan daya saing dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Pertamina Retail telah berkontribusi dalam menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan terus berkembang. Pada 1 September 2021, perusahaan secara resmi mengumumkan telah menyelesaikan proses pemisahan dan pengalihan sebanyak 504.526 lembar saham yang mewakili 99,99996% kepemilikan dari PT Pertamina (Persero) kepada PT Pertamina Patra Niaga sebagai subholding di bidang Commercial & Trading.

Implementasi sistem digital terintegrasi pada perusahaan energi seperti Pertamina Retail telah memanfaatkan dashboard sebagai alat monitoring kinerja operasional [6], [8]. Di masa yang akan datang, PT Pertamina Retail berencana untuk mengoptimalkan serta mengembangkan seluruh aset dan infrastruktur yang dimilikinya guna mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan. Langkah ini ditujukan untuk meningkatkan kontribusi terhadap perusahaan induk dan negara.

Dalam pelaksanaannya, perusahaan berkomitmen untuk menjunjung nilai-nilai profesionalisme, akuntabilitas, serta berorientasi pada peningkatan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. PT Pertamina Retail juga secara konsisten mengejar tujuan jangka panjang untuk menjadi perusahaan ritel energi nasional yang bertaraf internasional, melalui strategi diversifikasi usaha pada produk dan layanan ritel bahan bakar maupun non-bahan bakar yang terintegrasi secara digital. Komitmen tersebut diwujudkan melalui slogan dan moto perusahaan, yakni 'Go Ritel Go Digital' dan 'Satukan Energi Melayani Negeri' (SINERGI).

Tabel 2. 1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

No.	Hari	Jam Kerja	Istirahat
1.	Senin	08.00 - 17.00 WIB	12.00 – 13.00 WIB
2.	Selasa	08.00 - 17.00 WIB	12.00 – 13.00 WIB
3.	Rabu	08.00 - 17.00 WIB	12.00 – 13.00 WIB
4.	Kamis	08.00 - 17.00 WIB	12.00 – 13.00 WIB
5.	Jumat	08.00 - 17.00 WIB	12.00 – 13.00 WIB
6.	Sabtu	Libur	Libur
7.	Minggu	Libur	Libur

2.1.1 Makna logo PT. Pertamina Retail



Gambar 2. 1 Logo Pertamina

Berikut merupakan gambar logo PT. Pertamina Retail, yang memiliki arti sebagai berikut:

- Bentuk panah menggambarkan semangat dan aspirasi perusahaan untuk terus melangkah maju serta berkembang secara berkelanjutan.
- Warna merah mencerminkan nilai-nilai keuletan, ketegasan, dan keberanian yang menjadi dasar dalam menjalankan setiap aktivitas perusahaan.
- Warna hijau merepresentasikan komitmen perusahaan terhadap pemanfaatan sumber daya energi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan
- Warna biru melambangkan keandalan, integritas, serta rasa tanggung jawab dalam memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat.
- Huruf “P” yang membentuk simbol panah mencerminkan identitas Pertamina sebagai perusahaan yang dinamis dan progresif dalam menghadapi tantangan masa depan.

2.1.2 Visi Misi

Sebagai perusahaan ritel energi nasional, PT. Pertamina Retail memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman dalam menjalankan operasionalnya. Berikut ini adalah Visi misi PT. Pertamina Retail yang dapat dilihat pada Tabel 2.1 di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Visi Misi Perusahaan

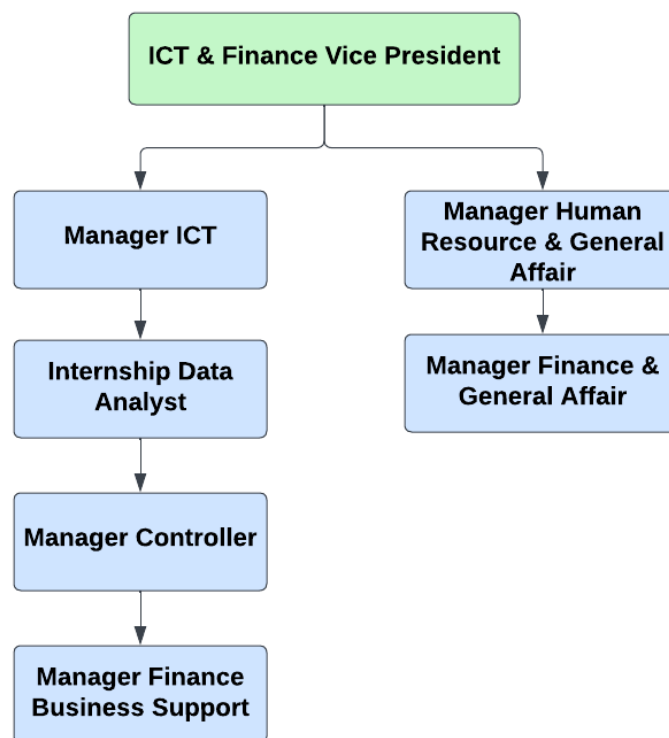
VISI	“Perusahaan menargetkan posisi sebagai pemimpin ritel energi nasional berstandar internasional.”
MISI	- “Kami menjalankan usaha retail minyak, gas, non-fuel, energy baru dan terbarukan.” - “Kami menyediakan produk dan layanan berkualitas berbasis teknologi modern melalui jaringan yang luas dan terintegrasi hingga ke pelosok negeri.” - “Kami melayani dengan sepenuh kesungguhan untuk mewujudkan best customer experiences.” - “Kami bangga memberikan kontribusi dan nilai tambah dalam menjaga ketahanan energy untuk

	menopang kemandirian ekonomi masyarakat dan mendukung pemerataan kemakmuran negeri.”
Motto	“Satukan Energi Melayani Negeri” (SINERGI).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan dirancang untuk mendukung kelancaran koordinasi dan efektivitas pelaksanaan tugas di berbagai divisi. Salah satu unit penting dalam struktur ini adalah fungsi ICT (*Information Communication and Technology*) yang bertanggung jawab dalam penyediaan solusi teknologi dan pengelolaan sistem informasi.

Berikut adalah uraian tugas dari beberapa posisi manajerial yang berkaitan dengan fungsi ICT:



Gambar 2. 2 Stuktur Organisasi Fungsi ICT

Penjelasan Uraian Tugas:

a. Manager ICT

Bertanggung jawab terhadap perencanaan, pengembangan, serta pengawasan sistem informasi di lingkungan perusahaan. Posisi ini juga berperan dalam pengambilan keputusan strategis yang berkaitan dengan proyek teknologi, serta menjadi penghubung antara tim ICT dengan para pemangku kepentingan internal guna memastikan terciptanya sinergi dan koordinasi lintas divisi.

b. Internship – Data Analyst (di bawah koordinasi Manager ICT)

Sebagai peserta magang di bawah supervisi langsung Manager ICT, posisi ini memiliki tanggung jawab untuk membantu proses analisis dan visualisasi data dari berbagai unit kerja. Tugas utama meliputi eksplorasi database internal, transformasi data mentah menjadi informasi yang siap dianalisis, serta pembuatan dashboard interaktif menggunakan tools seperti Power BI dan Figma. Selain itu, internship juga berperan dalam mendukung proses dokumentasi sistem, validasi data, serta membantu tim ICT dalam melakukan pemetaan kebutuhan user melalui kegiatan seperti *Customer Day*. Posisi ini memberikan kontribusi dalam mendukung pengambilan keputusan berbasis data dan peningkatan efektivitas operasional melalui pemanfaatan teknologi informasi.

c. Manager Controller:

Memastikan bahwa seluruh prosedur dan sistem operasional berjalan sesuai dengan standar perusahaan melalui pengawasan serta evaluasi berkala. Peran ini sangat penting dalam menjaga efisiensi kerja dan akuntabilitas, terutama dalam pengambilan keputusan berbasis data.

d. Manager Finance Business Support:

Memberikan dukungan finansial terhadap proyek-proyek ICT, mulai dari penyusunan anggaran, pencatatan transaksi keuangan, hingga penilaian terhadap

kelayakan biaya. Fungsi ini memastikan bahwa setiap inisiatif digital yang dijalankan memiliki landasan finansial yang kuat dan transparan.

e. Manager Human Resources & General Affair:

Bertugas mengelola aspek sumber daya manusia yang berkaitan dengan fungsi ICT, meliputi proses rekrutmen, pengembangan kompetensi karyawan, serta pengelolaan fasilitas penunjang kerja. Tujuannya adalah menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, produktif, dan mendukung kinerja optimal tim ICT.

f. Manager Finance & General Affair:

Mengintegrasikan fungsi keuangan dengan operasional umum, termasuk pengadaan barang, pengelolaan aset, serta administrasi perusahaan. Peran ini turut mendukung kelancaran operasional harian dengan pendekatan yang efisien dan terstruktur.