

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk, yang beroperasi dengan nama merek Tugu Insurance, merupakan salah satu pelaku utama dalam industri asuransi umum di Indonesia. Perjalanan panjang perusahaan ini berawal dari visi strategis untuk membangun ketahanan risiko domestik, khususnya di sektor energi nasional. Berdiri secara resmi pada 25 November 1981, Tugu Insurance pada awalnya didirikan oleh PT Pertamina (Persero) dengan tujuan utama memberikan perlindungan aset terhadap risiko operasional di industri minyak dan gas. Fondasi awal ini tidak hanya membentuk karakter perusahaan, tetapi juga memberinya keahlian spesialis yang mendalam dalam manajemen risiko sektor energi, sebuah kompetensi yang menjadi pembeda utamanya di pasar (PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk, 2020).

Evolusi perusahaan memasuki fase ekspansi antara tahun 1985 hingga 1998, ditandai dengan penyertaan modal ke berbagai perusahaan untuk membangun sinergi kelompok bisnis yang dikenal sebagai TUGU Group. Periode berikutnya, dari 1999 hingga 2007, menjadi era modernisasi di mana Tugu Insurance berinvestasi besar-besaran pada sistem teknologi informasi terintegrasi dan memperoleh pengakuan atas tata kelola yang baik, seperti Tisnet/TisFinance dan TWA App. Komitmen terhadap tata kelola yang baik juga diakui melalui perolehan peringkat AA- dari Fitch Ratings (PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk, 2020). Transformasi besar mencapai puncaknya pada dekade 2008 hingga 2016, ketika perusahaan melakukan restrukturisasi menyeluruh untuk pertumbuhan yang berkelanjutan. Kerja keras ini berhasil membawa pencapaian prestisius pada tahun 2016, yaitu peringkat internasional A- “*Excellent*” dari A.M. Best. Pada saat itu, Tugu Insurance tercatat sebagai satu-satunya perusahaan asuransi umum nasional yang menyandang peringkat bergengsi tersebut, sebuah reputasi yang dipertahankan hingga saat ini selama 9 tahun berturut-turut (Aris, 2025).

Tahun 2018 menjadi tahun monumental dengan dua peristiwa penting. Pertama, perusahaan meluncurkan identitas korporat baru dengan merek tunggal “Tugu Insurance”, didukung semangat “*Reaching New Heights*” dan nilai-nilai inti seperti Komitmen, Kreatif, dan Fokus pada Pelanggan. Kedua, Tugu Insurance resmi melakukan Penawaran Umum Perdana (IPO) dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan kode saham TUGU. Langkah strategis ini tidak hanya memperkuat struktur modal tetapi juga menandai transformasi menjadi perusahaan publik yang transparan. Hingga kini, PT Pertamina (Persero) tetap menjadi pemegang saham pengendali dengan kepemilikan sebesar 58.50% (PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk, 2020).

Pasca menjadi perusahaan publik, Tugu Insurance semakin gencar mendorong inovasi digital dan ekspansi pasar ritel. Perusahaan meluncurkan beragam layanan berbasis teknologi seperti aplikasi *safety driving t drive* dan layanan darurat Tugu Real Experience (t rex). Portofolio produknya pun berkembang melampaui segmen korporat tradisional, merambah ke asuransi kendaraan bermotor, properti, dan produk berbasis syariah untuk menjangkau lebih banyak lapisan masyarakat. Jaringan operasionalnya didukung oleh 30 titik layanan yang tersebar di berbagai kota besar di Indonesia (PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk, 2020).

Sebagai bagian dari ekosistem BUMN, Tugu Insurance juga aktif menjalankan peran sosial melalui program “Bakti Tugu” yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat. Posisinya diperkuat melalui sinergi strategis, seperti kerja sama *bancassurance* dengan Bank Jabar Banten, yang memperluas distribusi layanannya. Dari sejarahnya sebagai penanggung risiko sektor energi, Tugu Insurance telah bertransformasi menjadi perusahaan asuransi umum yang modern, terdiversifikasi, dan terus bertumbuh, dengan fondasi yang kokoh untuk menghadapi tantangan era digital.

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Berdasarkan referensi dari website resmi perusahaan, berikut adalah visi dan misi yang dianut oleh PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk (Tugu Insurance).

Visi

”Bercita-cita untuk menjadi pemimpin pasar yang unggul dan diakui secara nasional dalam industri asuransi umum di Indonesia.”

Misi

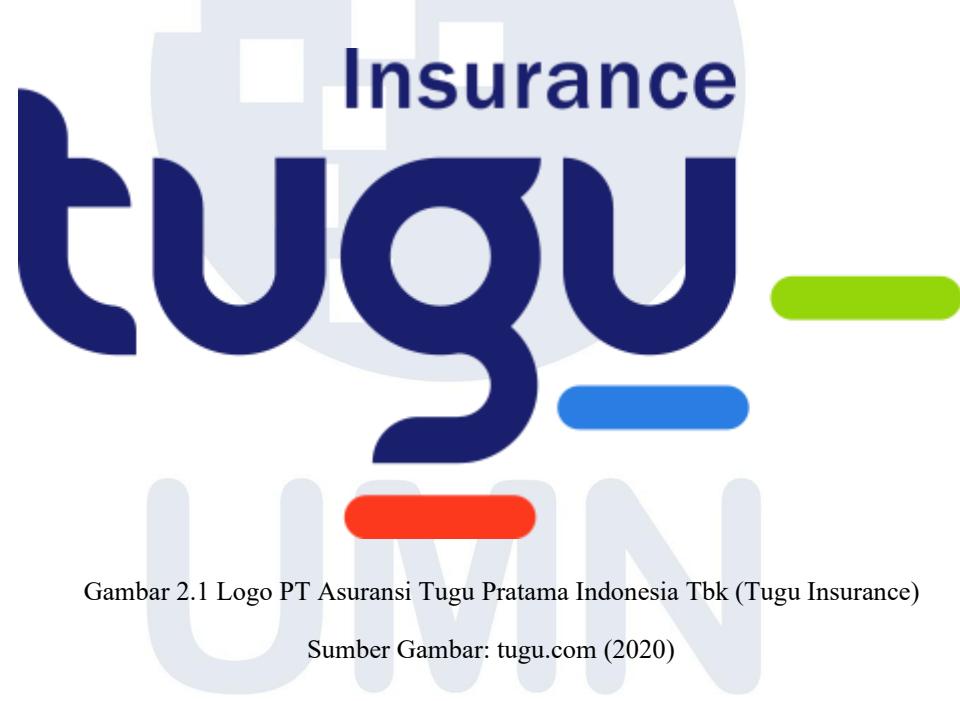
Untuk mewujudkan visi tersebut, perusahaan menetapkan empat pilar misi yang saling terkait:

1. Membangun dan memelihara kepuasan pelanggan sebagai fondasi utama keberlanjutan bisnis.
2. Mengembangkan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) untuk menjadi tenaga profesional yang kompeten dan berintegritas.
3. Meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan melalui pengelolaan bisnis dan tata kelola yang optimal.
4. Berkontribusi pada kebanggaan nasional dengan membangun perusahaan asuransi yang tidak hanya unggul di dalam negeri tetapi juga diakui secara internasional.

2.1.2 Logo Perusahaan

Identitas visual baru Tugu Insurance yang diluncurkan pada tahun 2018 secara filosofis mewakili semangat transformasi dan optimisme perusahaan. Nama "Tugu Insurance" sendiri dipilih untuk mencerminkan kinerja andal dan kokoh yang telah menjadi reputasi perusahaan. Logo ini mengusung tema "Mencapai Titik yang Lebih Tinggi" (*Reaching New Heights*), yang secara visual diilustrasikan melalui simbol anak tangga. Anak tangga ini melambangkan langkah-langkah progresif, tekad, serta pendekatan strategis dalam mengelola risiko untuk mendaki menuju pencapaian yang lebih tinggi.

Warna biru tua yang dominan dipilih karena memancarkan kesan stabilitas, kepercayaan, dan kualitas, yang merupakan nilai inti layanan asuransi. Sementara itu, gradasi warna pada anak tangga memberikan penghormatan kepada sejarah perusahaan, sebagai bentuk tribut kepada PT Pertamina (Persero) selaku pendiri dan pemegang saham pengendali. Secara keseluruhan, filosofi logo ini berfungsi sebagai janji kepada pemangku kepentingan, menyatakan komitmen perusahaan untuk memberikan stabilitas dan menjadi pendamping yang dapat diandalkan dalam menghadapi ketidakpastian hidup.

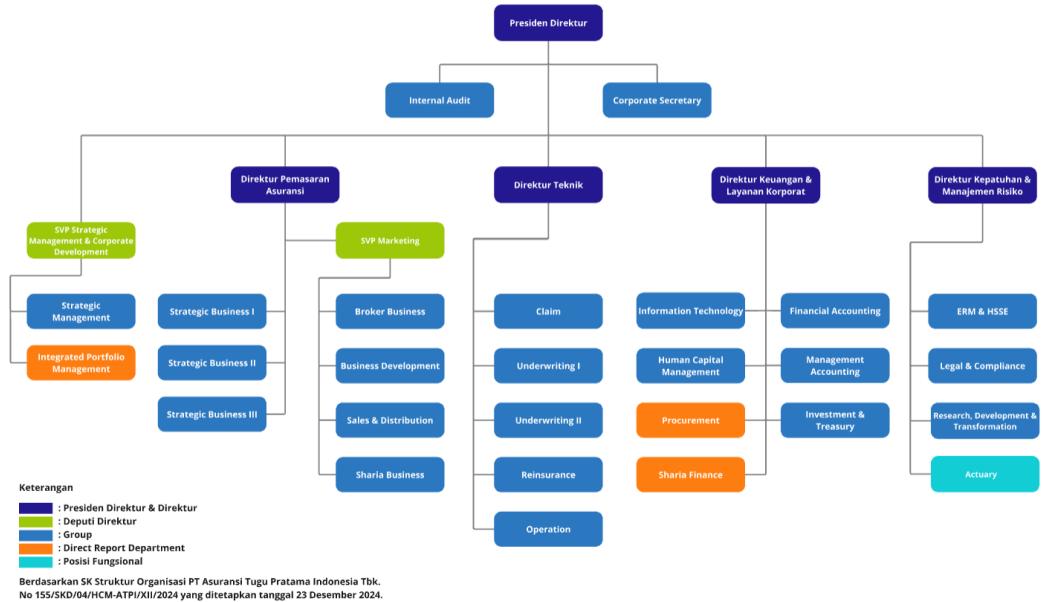


Gambar 2.1 Logo PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk (Tugu Insurance)

Sumber Gambar: tugu.com (2020)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam mengelola portofolio risikonya yang beragam, Tugu Insurance didukung oleh struktur organisasi yang terdiri dari berbagai direktorat dan fungsi spesialis yang bekerja secara sinergis. Sebagai perusahaan asuransi umum yang melayani segmen korporat hingga ritel, struktur ini dirancang untuk memastikan pelaksanaan operasional yang efisien, kepatuhan terhadap regulasi, serta tercapainya tujuan bisnis yang berkelanjutan. Adapun struktur organisasi utama yang digunakan oleh Tugu Insurance adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk (Tugu Insurance)

Sumber Gambar: tugu.com (2020)

a. Presiden Direktur

Posisi puncak dijabat oleh Presiden Direktur, yang merupakan otoritas tertinggi dalam menjalankan keputusan operasional dan memimpin seluruh jajaran direksi. Presiden Direktur bertanggung jawab langsung kepada Dewan Komisaris atas kinerja perusahaan secara keseluruhan. Dalam melaksanakan tugasnya, terdapat dua fungsi khusus yang melapor langsung kepada Presiden Direktur.

- Pertama, unit Internal Audit yang berperan sebagai garda terdepan dalam memastikan integritas operasional melalui audit independen terhadap sistem pengendalian internal dan kepatuhan.
- Kedua, *Corporate Secretary* yang bertugas mengelola tata kelola perusahaan, hubungan dengan pemegang saham, dan komunikasi resmi korporat, memastikan transparansi dan akuntabilitas.

b. Direktur Pemasaran Asuransi

Di bawah Presiden Direktur, terdapat empat pilar direktorat yang masing-masing memegang fungsi vital, yang pertama adalah Direktur Pemasaran Asuransi bertugas memimpin upaya komersial dan pertumbuhan bisnis. Direktorat ini membawahi dua bidang utama, yaitu

- *Strategic Management and Corporate Development* yang fokus pada perencanaan strategis jangka panjang, pengelolaan portofolio bisnis, dan pengembangan unit-unit bisnis strategis baru.
- *Marketing*, yang secara aktif mengelola seluruh saluran distribusi, termasuk pengembangan jaringan broker, pengembangan bisnis korporat, strategi penjualan dan distribusi ritel, serta pengembangan lini bisnis syariah.

c. Direktur Teknik

Direktur Teknik memegang kendali atas siklus inti usaha asuransi. Cakupan tanggung jawabnya meliputi fungsi underwriting atau seleksi risiko, yang bertugas menilai dan menentukan syarat pertanggungan. Selanjutnya, fungsi klaim yang bertanggung jawab menangani, menginvestigasi, dan menyelesaikan pembayaran klaim nasabah. Direktorat ini juga mengelola hubungan reasuransi untuk mentransfer sebagian risiko, serta fungsi operasional teknis yang mendukung kelancaran proses bisnis inti tersebut.

d. Direktur Keuangan dan Layanan Korporat

Direktur Keuangan dan Layanan Korporat merupakan pengelola sumber daya perusahaan. Tanggung jawabnya mencakup keseluruhan aspek keuangan, mulai dari akuntansi, pelaporan keuangan, pengelolaan kas dan investasi, hingga keuangan syariah. Selain itu, direktorat ini juga membawahi fungsi pendukung strategis seperti Teknologi Informasi yang mengelola infrastruktur digital, Sumber Daya Manusia yang menangani pengembangan talenta, serta fungsi Pengadaan yang mengatur perolehan barang dan jasa.

e. Direktur Kepatuhan dan Manajemen Risiko

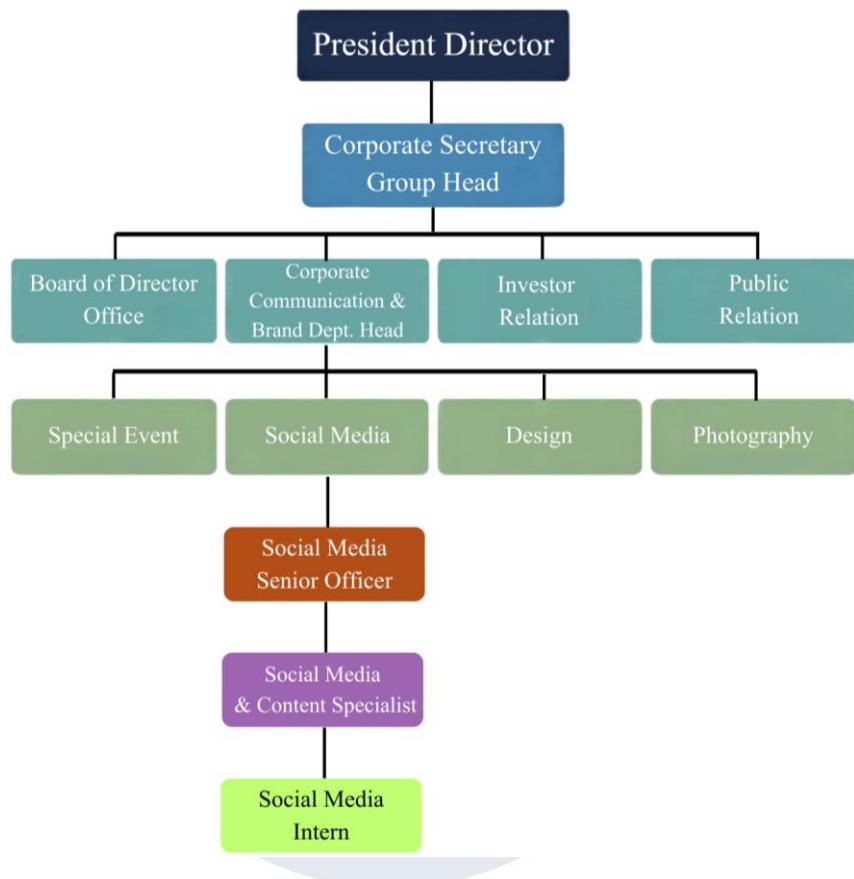
Direktur Kepatuhan dan Manajemen Risiko berperan sebagai penjaga keseimbangan dan keberlanjutan perusahaan. Direktorat ini bertugas membangun kerangka manajemen risiko perusahaan secara holistik (Enterprise Risk Management) dan mengawasi aspek kesehatan, keselamatan, keamanan, dan lingkungan (HSSE). Fungsi hukum dan kepatuhan memastikan seluruh aktivitas perusahaan mematuhi regulasi yang berlaku. Direktorat ini juga mendorong inovasi melalui fungsi penelitian, pengembangan, dan transformasi, serta didukung oleh fungsi aktuarial yang bertanggung jawab atas pemodelan risiko dan perhitungan teknis yang menjadi dasar produk asuransi.

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Pelaksanaan praktik kerja magang di PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk (Tugu Insurance) ditempatkan pada posisi *Social Media Intern*. Posisi ini merupakan bagian integral dari *Corporate Communication & Brand Department*, sebuah unit yang secara struktural berada dalam *Corporate Secretary Group* dan bertanggung jawab penuh atas pengelolaan reputasi serta seluruh arus komunikasi korporat, baik eksternal maupun internal.

Ruang lingkup kerja departemen ini mencakup pengelolaan strategis kanal media sosial resmi dan pembangunan citra merek melalui berbagai materi komunikasi. Posisi *Social Media Intern* dalam struktur ini dapat dilacak melalui bagan organisasi berikut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Corporate Secretary Group

Sumber Gambar: Penulis (2026)

Berdasarkan struktur tersebut, garis pelaporan posisi *Social Media Intern* berjenjang dalam hierarki departemen. Secara vertikal, seluruh aktivitas departemen bermuara dan bertanggung jawab kepada *Corporate Secretary* selaku penanggung jawab utama tata kelola perusahaan dan komunikasi strategis. Secara operasional, alur komando berjalan dari *Corporate Communication & Brand Reaching New Heights Head* sebagai pimpinan strategis dan sekaligus bertindak sebagai Supervisor Utama dari *Social Media Intern*, kemudian kepada *Social Media Senior Officer* yang bertindak sebagai supervisor teknis harian, dan selanjutnya kepada *Social Media & Content Specialist* sebagai pelaksana konten utama. Deskripsi kerja dan ruang lingkup tanggung jawab masing-masing posisi

dalam rantai pelaporan ini diuraikan lebih lanjut untuk memberikan kejelasan mendalam.

1. ***Corporate Communication & Brand Department Head*** memegang otoritas penuh dan bertanggung jawab langsung kepada ***Corporate Secretary*** atas keseluruhan strategi, anggaran, citra, dan hasil akhir semua aktivitas komunikasi serta *branding* korporat. Posisi ini bertugas menerjemahkan visi perusahaan dan arahan korporat menjadi strategi komunikasi terpadu, mengelola reputasi merek secara holistik, serta menjadi penanggung jawab utama dalam situasi krisis komunikasi.
2. ***Social Media Senior Officer*** berperan sebagai supervisor langsung yang mengawasi eksekusi operasional harian seluruh kanal media sosial. Tanggung jawabnya mencakup perencanaan dan pengawasan kalender konten, penjaminan kualitas serta konsistensi semua materi yang dipublikasikan, analisis mendalam terhadap metrik performa untuk evaluasi strategi, serta penanganan interaksi komunitas digital dan *engagement* tingkat lanjut. Posisi ini menjadi penghubung utama antara arahan strategis dari ***Corporate Communication & Brand Department Head*** dengan pelaksanaan teknis tim.
3. ***Social Media & Content Specialist*** merupakan pelaksana teknis utama yang bertanggung jawab atas pembuatan, kurasi, penjadwalan, dan pemantauan awal konten di berbagai platform sesuai dengan arahan kreatif dan pedoman merek. Tugas rutinnya meliputi penulisan naskah (*copywriting*), pembuatan desain grafis sederhana, penyuntingan video pendek, serta pemantauan dan pelaporan interaksi dasar.

Dengan struktur ini, posisi ***Social Media Intern*** mendapatkan bimbingan teknis dan operasional langsung dari ***Social Media & Content Specialist*** serta pengawasan dan arahan strategis dari ***Social Media Senior Officer***, sambil tetap berada dalam kerangka kebijakan dan strategi komunikasi yang ditetapkan oleh ***Corporate Communication & Brand Department Head***, diselaraskan dengan prinsip tata kelola perusahaan oleh ***Corporate Secretary***.