

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

AirNav Indonesia merupakan BUMN satu-satunya penyedia jasa pelayanan navigasi penerbangan di Indonesia. Resmi didirikan pada 13 September 2012 melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 77 Tahun 2012. Pembentukan AirNav Indonesia merupakan implementasi dari Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan yang mengamanatkan adanya penyedia layanan navigasi gerusah di Indonesia.



Gambar 2.1 Logo AirNav Indonesia

Sumber: Annual Report AirNav Indonesia 2024

Sebelum adanya sentralisasi, layanan navigasi dikelola secara parsial oleh PT Angkasa Pura I (Persero), PT Angkasa Pura II (Persero), dan Unit Pelaksana Teknis (UPT) di bawah naungan Kementerian Perhubungan. Integrasi ini bertujuan untuk meningkatkan standar keselamatan, efisiensi penggunaan ruang udara, dan sinkronisasi teknologi navigasi di seluruh wilayah kedaulatan Republik Indonesia sesuai dengan standar *International Civil Aviation Organization* (ICAO).

2.1.1 Visi Misi

Berdasarkan website resmi AirNav Indonesia, visi yang dianut berupa “*The trusted partner for the aviation community.*” Visi tersebut mencerminkan ambisi

strategis AirNav Indonesia untuk menjadi mitra terpercaya bagi seluruh ekosistem komunitas penerbangan, baik di Perusahaan nasional, maupun perusahaan internasional, dengan menitikberatkan pada aspek reliabilitas dan sinergi layanan.

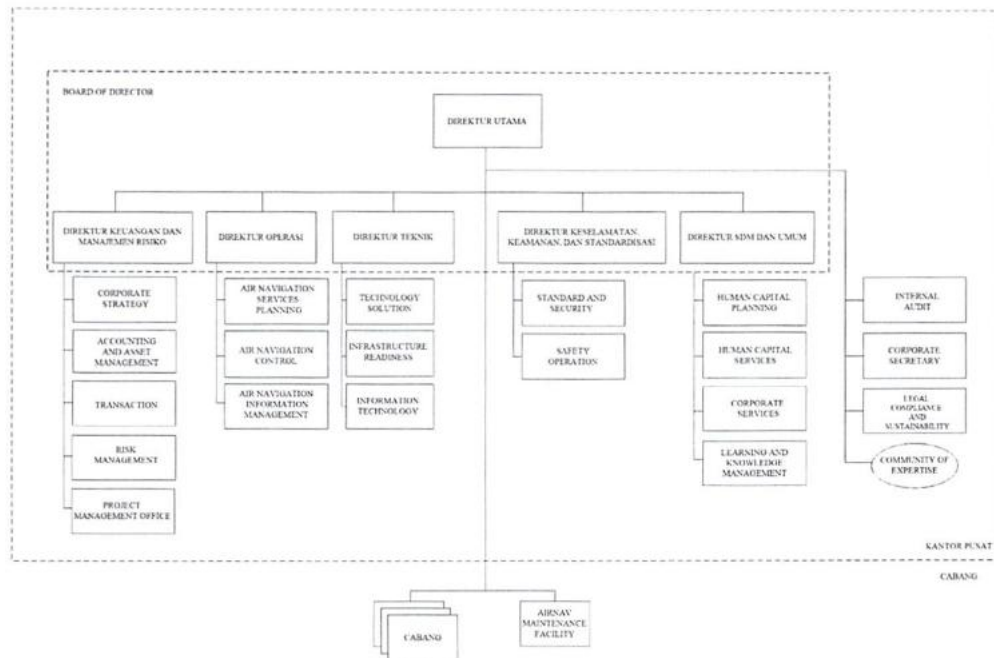
Dalam upaya mewujudkan visi strategisnya, AirNav Indonesia menetapkan misi dalam kalimatnya, “To ensure safe and seamless air navigation through our continuous collaborative commitment towards customer-centricity, talent development, operations excellence, and technological advancement.” Misi ini menegaskan komitmen perusahaan untuk menjamin navigasi udara yang aman dan terintegrasi melalui kolaborasi berkelanjutan yang difokuskan pada empat pilar utama:

1. **Customer-centricity:** Orientasi penuh pada kebutuhan dan kepuasan pengguna jasa.
2. **Talent development:** Pengembangan kompetensi sumber daya manusia secara berkesinambungan.
3. **Operations excellence:** Pencapaian standar operasional yang unggul dan efisien.
4. **Technological advancement:** Pemanfaatan dan pemutakhiran teknologi navigasi terkini.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi AirNav Indonesia disusun untuk mengintegrasikan aspek operasional navigasi dengan manajemen korporasi yang akuntabel. Struktur ini terbagi menjadi unit jajaran Direksi (*Board of Directors*) dan unit-unit pendukung strategis di Kantor Pusat. Kantor Pusat AirNav Indonesia dipimpin oleh seorang Direktur Utama yang membawahi lima direktorat teknis dan beberapa unit fungsional khusus.

STRUKTUR ORGANISASI KANTOR PUSAT PERUM LPPNPI



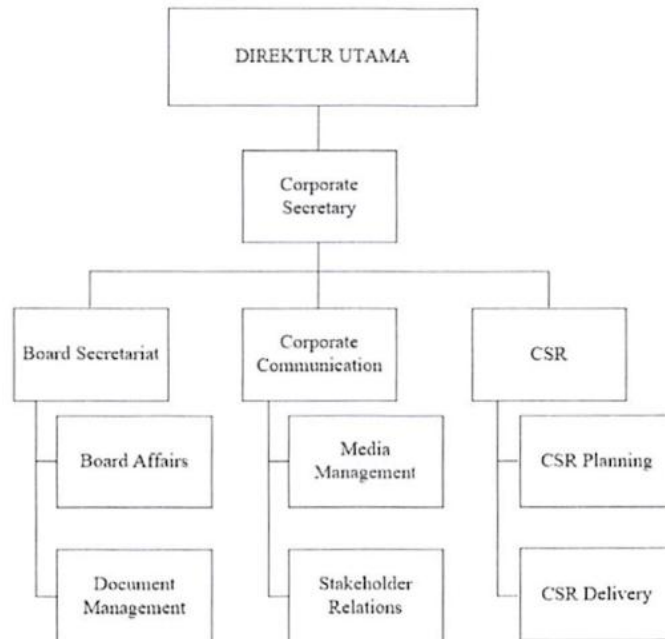
Gambar 2.2 Struktur Organisasi di Perusahaan AirNav Indonesia

Sumber: Dokumen Organisasi dan Tata Kerja Perusahaan AirNav Indonesia

Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko memiliki tanggung jawab atas strategi korporasi, pengelolaan perusahaan, transaksi, manajemen perusahaan, serta kantor pengelolaan proyek. Lalu, Direktur Operasi mengelola perencanaan layanan navigasi, perusahaan navigasi udara, dan manajemen informasi aeronautika. Di sisi lain, Direktur Teknik Fokus pada solusi teknologi, kesiapan infrastruktur, dan teknologi informasi. Lalu, Direktur Keselamatan, Keamanan, dan Standarisasi Menjamin kepatuhan terhadap standar keamanan dan operasional keselamatan. Direktur SDM dan Umum memiliki tugas untuk mengelola perencanaan dan layanan talenta, layanan korporasi, serta manajemen pengetahuan dan pembelajaran.

Selain direktorat di atas, terdapat unit yang bertanggung jawab langsung kepada Direktur Utama, yaitu Internal Audit, Corporate Secretary, Legal Compliance and Sustainability, serta Community of Expertise.

STRUKTUR ORGANISASI *CORPORATE SECRETARY*



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Corporate Secretary

Sumber: Dokumen Organisasi dan Tata Kerja perusahaan AirNav Indonesia

Divisi Corporate Communication merupakan bagian dari unit Corporate Secretary yang memiliki peran strategis dalam mengelola citra dan hubungan eksternal perusahaan. Berdasarkan bagan organisasi, divisi ini terbagi menjadi dua sub-unit utama:

1. Media Management: Sub-unit ini bertanggung jawab dalam pengelolaan saluran komunikasi formal perusahaan, koordinasi dengan media massa, serta diseminasi informasi publik terkait kebijakan atau capaian operasional AirNav Indonesia.
2. Stakeholder Relations: Sub-unit ini bertugas membangun dan memelihara hubungan baik dengan para pemangku kepentingan (stakeholders), baik instansi pemerintah, asosiasi penerbangan, maupun mitra strategis lainnya untuk menjaga sinergi kelembagaan.

Kedua sub-unit ini bekerja secara bersama dalam memastikan informasi yang disampaikan tidak hanya disalurkan secara efektif kepada publik, tetapi juga selaras dengan kebutuhan dan kepentingan stakeholders. Dalam situasi tertentu, seperti kondisi krisis, sumber informasi yang akurat dan kredibel didapatkan dari stakeholders untuk menyampaikan informasi kepada publik. Sebaliknya, dalam konteks kegiatan atau kolaborasi dengan stakeholders, informasi tersebut juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan publikasi perusahaan. Kolaborasi ini menjadi penting dalam mendukung terciptanya komunikasi perusahaan yang konsisten dan keberlanjutan.

Dalam menjalankan fungsinya, Corporate Communication bekerja berdampingan dengan unit Board Secretariat yang mengelola urusan dewan dan dokumen perusahaan. Sedangkan unit CSR mengelola perencanaan dan penyaluran tanggung jawab sosial perusahaan. Kolaborasi ini memberikan koordinasi yang baik dalam penyampaian informasi, serta baik bersifat strategi maupun operasional.

