BAB II

TINJAUAN UMUM PT. DIRGANTARA INDONESIA (persero)

2.1 Sejarah PT.dirgantara Indonesia

PT Dirgantara Indonesia (persero) merupakan salah satu perusahaan penerbangan di Asia yang berpengalaman dan berkompetisi dalam rancan bangun, pengembangan dan *manufacturing* pesawat terbang.

Diawali dengan membangun dasar peguasaan teknologi melalui lisensi, perusahaan yang berdiri pada tanggal 23 agustus 1976 ini memproduksi helicopter dan pesawat terbang NBO-150,super Puma NAS-332,NC-212 dan tiga tahun kemudian mengintegrasikan teknologi PT Dirgantara Indonesia bersama CASA merancang dan memproduksi CN-235.

Pada tahun 1998 PT Dirgantara Indonesia memiliki paradigm baru dengan lebih berorientasi pada bisnis dengan memanfaatkan teknologi yang telah diserap selama tiga windu sebagai ujung tombak dalam menghasilkan produk dan jasa.

Pada awal tahun 2004 menggulirkan program restrukturisasi meliputi penataan ulang SDM dan orientasi bisnis dengan memfokuskan bisnisnya dari 18 menjadi 5 satuan usaha yang meliputi

1. Aircraft
2. Aerostructure
3. Aircraft Service
4. Defence
5. Engineering Service

2.2 Profil PT. Dirgantara Indonesia

Nama Perusahaan : PT. Dirgantara Indonesia
Alamat : Jl. Pajajaran No. 154 Bandung
Telpon : 62.22.605 4137
Facsimile : 62.22.603 1903
Email : sales-marketing-AI@indonesian-aerospace.com

Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi perusahaan kelasdunia dalam industry dirgantara yang berbasis padapenguasaan teknologi dan mampu bersaing dalam pasar global,dengan mengandalkan keunggulan biaya.

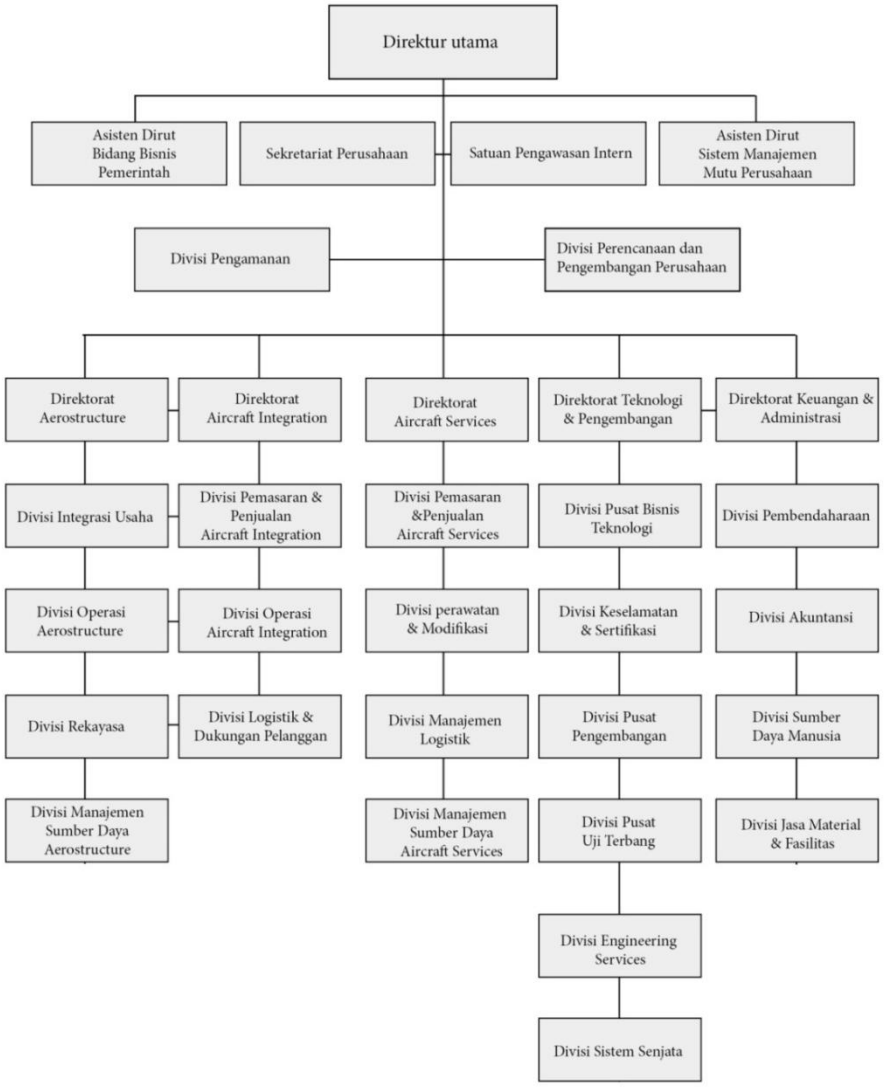
Misi

- Menjalankan usaha dengan selalu berorientasi pada aspek bisnis & komersil dan dapat menghasilkan produk dan jasa yang memiliki keunggulan biaya.
- Sebagai pusat keunggulan di bidang industri dirgantara, terutama dalam rekayasa, rancang bangun, manufaktur, produksi dan pemeliharaan untuk kepentingan komersial dan militer dan juga untuk aplikasi di luar industri dirgantara.

Gambar II.1
Logo PT.Dirgantara Indonesia(persero)

1. Stuktur Organisasi PT Dirgantara Indonesia

Secara umum bentuk organisasi PT Dirgantara Indonesia adalah Matriks,Dimana Direkture Utama dibantu oleh 2 asisten direktur (yaitu : asisten dirut bidang bisnis pemerintah,asisten dirut system manajemen mutu perusahaan),secretariat perusahaan,satuan pengawasan intern,divisi pengamanan, divisi perencanaan dan pengembangan perusahaan



Tabel II.1. Struktur Organisasi PT. Dirgantara Indonesia
(sumber : arsip PT. Dirgantara Indonesia tahun 2010)

2. Job Description Departemen Komunikasi

Bidang Humas dalam struktur perusahaan sendiri ada dalam sekretaris perusahaan tepatnya dalam bagian yang dinamakan Departemen Komunikasi Perusahaan. Tujuan dan fungsi dari Departemen Komunikasi itu sendiri adalah pencapaian citra yang ditetapkan ataupun yang diharapkan.

Departemen Komunikasi PT Dirgantara Indonesia sendiri selain mempertahankan citra PT Dirgantara Indonesia, merupakan pelaksana pusat kegiatan informasi yang memiliki tugas dan wewenang untuk membina dan menyelenggarakan fungsinya sebagai penerangan umum, penerangan kepada karyawan dan staff dan memberikan informsi kepada publik, baik publik internal dan publik eksternal. Merupakan kewajiban bagi Humas untuk memberikan informasi kepada publik baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media massa, baik cetak dan elektronik.
Kepala Departeman Komunikasi Perusahaan bertanggungjawab langsung kepada Sekertaris Perusahaan. Kepala Departemen juga memimpin langsung supervisor dibawahnya yaitu :

- SupervisorBidang *Publication*
- Supervisor Bidang*Public Relations*
- Supervisor Bidang*Promotion*

Kepala Departemen Komunikasi Persahaan bekerjasama dan berkoordinasi dengan seluruh organ di dalam perusahaan, khususnya dengan para supervisor yang berkaitan dalam rangka mengkomunikasikan dan mempromosikan setiap produk, jasa dan hal-hal lain yang berkaitan dengan pencitraan agar diperoleh peningkatan baik profit maupun benefit. Merancang program komunikasi terpadu untuk membangun komunikasi yang sehat dan baik dengan public internal maupun eksternal.

3. **Supervisor *Public Relations***

Bertanggung jawab dalam merencanakan, melaksanakan, mengendalikan dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan publik internal dan publik eksternal.

Supervisor Promosi

Bertanggung jawab merencanakan, melaksanakan, mengendalikan dan mengevaluasi kegiatan promosi perusahaan.

Supervisor Publikasi

Bertanggung jawab merencanakan, melaksanakan, mengevaluasi dan mengendalikan kegiatan publikasi perusahaan.

4. Sarana dan Prasarana

Fasilitas yang tersedia saat PT. Dirgantara Indonesia masih bernama IPTN di tahun 1976 hanyalah dua buah hanggar kecil berukuran 11.000 m2 pada lahan seluas 45.000 m2. Beberapa mesin konvensional, 480 orang karyawan, dan 17 orang tenaga insinyur, sebagian dari mereka merupakan tenaga ahli berpengalaman di bidang industri pesawat terbang di Jerman yang telah dipersiapkkan dengan baik oleh Dr. Habibie.

Tahun 1992 IPTN terus berkembang, hal ini ditunjukan dengan dimilikinya lahan tidak kurang 450.000 m2 bangunan di atas tanah seluas 75 hektar, 200 buah mesin konvensional, 50 buah mesin *Touched Numerical Control* (TNC), dan 60 buah mesin *computer numerical control* (CNC).

Kini setalah IPTN berganti nama menjadi PT. Dirgantara Indonesia kemajuan terus mengiringi langkahnya, PT. Dirgantara Indonesia dilengkapi dengan komputer IBM 4341, 308/K-64, 3090/600s, 1000 buah terminal dan 400 buah PC dengan total kapasitas 832 mb (*Megabytes*). Jumlah karyawan meningkat menjadi ribuan orang termasuk 1620 tenaga insinyur dan 615 tamatan

universitas lainnya. Jumlah inventasi keseluruhan sekitar 1,202 Juta US Dollar.

PT. Dirgantara kini memiliki *Utility Room*, dapat dimanfaatkan untuk gathering sekitar kurang lebih 2000 orang, *International room, Research & Development* untuk *design*, Laboratorium untuk uji kualitas, Bank, Toko Koperasi, Kantin untuk 4000 orang, ruang darma wanita, Masjid besar, dan *show room* yang telah diresmikan pada bulan agustus 1994.

PT. Dirgantara Indonesia di era milenium menempati areal sekitar 125,4 Ha yang terdiri dari 79,3 Ha berupa lahan dan 46,1 Ha untuk luas bangunannya. Kapasitas permesinan yang tersedia sebesar 1.214.985 *machineour*, dengan fasilitas permesinan meliputi 88 mesin *computer numerical control* (CNC), 47 Mesin-mesin *Touched Numerical Control* (TNC) dan sekitar 445 mesin-mesin konvensional.

5. PT Dirgantara saat ini

Di era baru ini perubahan-perubahaan mendasar dilingkungan global, regional, maupun nasional begitu bergerak cepat. Kenichi Ohmae dalam bukunya “The Borderiess World” mengungkapkan tentang kecenderungan-kecenderungan dan logika baru pasar global yang menunjukkan semakin kecilnya peranan Negara bangsa dalam kaitannya dengan ekonomi dan bisnis. Fakta inti bisnis dewasa ini adalah kedaulatan konsumen, konsumen menjadi focus bisnis. Standar pelaksanaan produk sekarang ini diterapkan didalam pasar global oleh mereka yang membeli produk, bukan mereka yang membuatnya. Ini artinya bahwa perusahaan perlu memikir ulang bagaimana mereka mengembangkan mengomersilkan produknya.

Realitas ini mencerminkan perubahan yang cukup fundamental. Sumber daya industry dan ekonomi telah berkembang. Ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi merupakan sumber daya, barang modal yang tidak terlelakkan. Keberadaan PT Dirgantara Indonesia yang misinya meningkatkan nilai tambah intelektual dan sumber daya manusia transformasi teknologi memang sudah di arah yang benar.hanya masalahnya industry yang padat modal dan padat teknologi ini adalah industry pelopor dimana unsur-unsur pendukung dan infrastrukturnya mesti dirintis dari awal. Sebagai pelopor yang sarat misi, sudah tentu industry ini pada awalnya memerlukan dukungan politis yang kuat.

Perubahaan ini merupakan tantangan perekonomian dan bisnis nasional. Dan tentunya member pengaruh terhadap kesiapan PT Dirgantara Indonesia ini dalam rangka membangun strategi-strategi bisnis yang mengarah pada efisiensi dan daya saing sejagat. Sementara iti konsolidasi industry-industri kedirgantaraan Amerika dan Eropa yang sudah menjadi kenyataan yang tidak bisa di anggap sebelah mata.bersama dengan itu, saat krisis ekonomi yang melanda Asia termasuk Indonesia telah mengguncangkan pertumbuhan dan kemampuan ekonomi di kawasan ini. Dan bagi Indonesia hal ini masih berkepanjangan, bahkan menjadi krisi politik. Bagi PT Dirgantara Indonesia hal di atas berdampak pada dihentikannya pendanaan pemerintah untuk program N250, sekaligus berkurangnya potensi pasar produk PT Dirgantara Indonesia. Termasuk peluang mamasarkan produk unggulan N250.

Aliansi strategis indrustri kedirgantaraan Eropa yang tergabung dalam EADS ini makin mempertajam persaingan antar kawasan (persaingan antar raksasa industry kedirgantaraan Eropa dan Amerika), Bergabungnya boeing dengan Mc. Donald Douglas memnyebabkan Boeing juga bermain di kelas seratus penumpang, yang kini sudah memasuki pasar.

Boeing memperkenalkan pasar untuk pesawat dengan jumlah penumpang kurang dari 100 akan tumbuh dari 1.230 unit pada tahun 1998 menjadi lebih dari 3.00 unit pada tahun 2008. Dengan harga jual sekitar US $ 20 juta per unit, maka ini berarti pada tahun 2008 nilai pasar pesawat untuk jangkauan regional ini sekitar US $ 45 miliar hungga US $ 60 miliar. Tapi bukan rahasia lagi di segmen ini pun indrustri kedirgantaraan Eropa dan Amerika bersaing ketat.

Fakta perubahaan ini memacu PT. Dirgantara Indonesia sebagai industry yang berorientasi pasar sejagat menyiapkan orientasi baru yang secara konsisten tetap mengacu pada tiga tahap strategi pembangunan yaitu: tahap penyimpanan sarana dan prasarana untuk penguasaan teknologi dan industrialisasi (1976-1985); tahap penguasaan teknologi dengan pencapaian standar kualifikasi industry dirgantara serta kemandirian rancang bangun (1986-1995); tahap komersialisasi hasil penguasaan teknologi di pasar global (1993- seterusnya).