

Nama : Akmal Rizki Fatih

NIM : 19808141064

Evaluasi Model Strategi PT. Pertamina

Profil Perusahaan PT Pertamina



Pertamina merupakan BUMN penyumbang dividen terbesar di Indonesia yang menjadi penggerak perekonomian Indonesia yang berpengalaman lebih dari 55 tahun di industri migas dan panas bumi. Memiliki bisnis dari hulu sampai hilir yang terintegrasi, mulai dari Eksplorasi dan Produksi, Pengolahan, Distribusi dan Pemasaran dari produk-produknya.

Pertamina mengeksplorasi dan produksi panas bumi oleh Pertamina sepenuhnya dilakukan di dalam negeri dan ditujukan untuk mendukung program pemerintah menyediakan 10.000 Mega Watt (MW) listrik tahap kedua. Di samping itu Pertamina mengembangkan CBM atau juga dikenal dengan gas metana batubara (GMB) dalam rangka mendukung program diversifikasi sumber energi serta peningkatan pasokan gas nasional pemerintah. Pertamina memiliki 7 Bidang Pengolahan unit kilang dengan kapasitas total lebih dari 1.041,00 Ribu Barrel. Beberapa kilang minyak terintegrasi dengan kilang Petrokimia dan memproduksi NBBM.

Pertamina senantiasa memegang teguh komitmen untuk menyediakan energi dan mengembangkan energi baru dan terbarukan dalam rangka mendukung terciptanya kemandirian energi nasional. Memegang amanah sebagai holding company di sektor energi sejak ditetapkan oleh Kementerian BUMN Republik Indonesia pada tanggal 12 Juni 2020, Pertamina kini memiliki peran sangat strategis yang membawahi lima sub-holding yang bergerak di bidang energi, yaitu Upstream Sub-holding yang secara operasional dijalankan

oleh PT Pertamina Hulu Energi, Gas Sub-holding yang dijalankan oleh PT Perusahaan Gas Negara), Refinery & Petrochemical Sub-holding yang dijalankan oleh PT Kilang Pertamina Internasional, Power & NRE Sub-holding yang dijalankan oleh PT Pertamina Power Indonesia, dan Commercial & Trading Sub-holding yang dijalankan oleh PT Patra Niaga. Selain itu, Pertamina mengoperasikan bisnis Shipping Company melalui PT Pertamina International Shipping.

Peran penting yang diemban oleh Pertamina ini sekaligus menandai tonggak sejarah baru dalam perjalanan bisnis perusahaan setelah kontribusi nyata yang diberikan oleh Pertamina selama lebih dari enam dekade menyediakan energi yang telah menggerakkan sendi-sendi kehidupan bangsa Indonesia dan berbagai wilayah di luar negeri.

Peta Strategis Jangka Panjang PT Pertamina

Visi

Menjadi Perusahaan Minyak Nasional Kelas Dunia.

Misi

Menjalankan usaha inti minyak, gas, dan bahan bakar nabati secara terintegrasi, berdasarkan prinsip-prinsip komersial yang kuat.

Road Map Strategi Perusahaan PT Pertamina

Dalam perencanaan perusahaan PT.Pertamina telah mempunyai rencana yang tersusun dalam road map atau peta jalan untuk menuju Pertamina sebagai perusahaan kelas dunia selama 15 tahun yakni pada tahun 2023. Program besar terbagi dalam tiga RJPP (Rencana Jangka Panjang Perusahaan):

1. Periode I(2008 -2013)

Dengan target Pertamina menjadi perusahaan nomor satu di Indonesia. Hingga September 2009 ini dari sisi produksi minyak, Pertamina adalah nomor dua setelah Chevron, dan untuk sisi produksi gas, menjadi nomor dua dari Total.

2. Periode II (2013 -2018)

Adalah bagaimana Pertamina membangun diri menjadi perusahaan kelas wahid di kawasan Asia Tenggara, bahkan belakangan ada yang menyebut target Asia Pasifik, karena nyatanya di kawasan Asia Pasifik Pertamina semakin menunjukkan gejala eksistensinya. Tak cuma di Asia Tenggara saja. Keberhasilan masuk Participating Interest sebesar 10 persen Blok BMG (Basker Manta Gummy) di South Australia,

ternyata memberikan semangat luar biasa, kalau Pertamina bisa memulai berekspansi portofolio di ladang-ladang di dalam dan di luar negeri.

3. Periode III (2018 -2023)

Merupakan periode berat bagi Pertamina karena harus menempatkan diri pada level 11 besar di antara NOC dan IOC.

Pernyataan Strategis tentang Berbagai Tujuan Tertentu PT Pertamina

Strategi Korporasi

Di bidang Migas, dua undang-undang yang memberikan hak monopoli kepada Pertamina, yaitu UU No 44 Prp Tahun 1960 tentang Pertambangan Migas dan UU No 8 tahun 1971 tentang Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara, tidak relevan lagi. UU yang menyebabkan Pertamina berada pada posisi antara tugas dan bisnis, telah digantikan dengan UU No. 22 Tahun 2001 pada tanggal 23 November 2001 tentang Migas dan Gas. Pertamina resmi berubah status hukumnya dengan UU yang baru tersebut, peran "istimewa" Pertamina telah dihilangkan. Peran khusus Pertamina sebagai pengatur, operator tunggal, dan pengelola sumber alam di Indonesia pun telah berakhir. Dengan UU tersebut, Pertamina hanya menjadi pemain biasa di sektor Migas.

Pertamina berubah status hukumnya menjadi PT Pertamina (Persero) berdasarkan akta Notaris Lenny Janis Ishak, SH No. 20 tanggal 17 September 2003, dan disahkan oleh Menteri Hukum & HAM melalui Surat Keputusan No. C-24025 HT.01.01 pada tanggal 09 Oktober 2003. Pendirian Perusahaan ini dilakukan menurut ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam Undang-Undang No. 1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas, Peraturan Pemerintah No. 12 tahun 1998 tentang Perusahaan Perseroan (Persero), dan Peraturan Pemerintah No. 45 tahun 2001 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah No. 12 tahun 1998 dan peralihannya berdasarkan PP No.31 Tahun 2003 "TENTANG PENGALIHAN BENTUK PERUSAHAAN PERTAMBANGAN MINYAK DAN GAS BUMI NEGARA (PERTAMINA) MENJADI PERUSAHAAN PERSEROAN (PERSERO)."

Dengan berubahnya bentuk badan usaha menjadi PT. Pertamina maka berubahlah tujuan dari organisasi yang mengutamakan pelayanan kepada masyarakat menjadi organisasi profit oriented (komersil) hal ini merubah strategi korporat yang selama ini digunakan oleh PT Pertamina untuk menjadi perusahaan minyak kelas dunia. Dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran sesuai dengan visi dan misi perusahaan, strategi yang diterapkan adalah melaksanakan proses transformasi secara menyeluruh yang menyentuh dan mendasar.

Pertamina mencanangkan program transformasi perusahaan pada 20 Juli 2006 dengan dua tema besar yakni fundamental dan bisnis. Mulai dari karyawannya, prosesnya, dan unsur bisnisnya yang luar biasa serta luas cakupannya. Transformasi tak hanya akan merubah kultur birokrat menuju kultur korporat, tetapi dapat menciptakan tata kelola perusahaan secara baik (good corporate governance) yang dapat meningkatkan kinerja sebuah perusahaan.

Strategi Pengembangan Organisasi PT Pertamina

1. Memfokuskan pada usaha inti di bidang minyak gas dan bahan bakar nabati.
2. Meletakkan dasar komersial sebagai pertimbangan terpenting dalam semua keputusan bisnisnya.
3. Menerapkan prinsip-prinsip tata kelola korporasi setara dengan perusahaan publik.
4. Mempekerjakan SDM terbaik di bidangnya baik dari dalam maupun dari luar negeri.
5. Membangun lingkungan bisnis yang sehat bersama mitra bisnis yang professional terpercaya dan berintegritas.
6. Melakukan investasi untuk menopang pertumbuhan dengan kemampuan sendiri maupun bekerjasama dengan mitra bisnis yang terpercaya.
7. Membangun kemampuan teknologi riset dan pengembangan bersama dengan perguruan tinggi dan lembaga ilmu pengetahuan lainnya.

Distribusi (Strategi Pemasaran)

Pasar sasaran utama Pertamina yaitu dalam negeri, Pertamina harus berusaha meraih simpati konsumen lokal, meningkatkan aspek pelayanan pada konsumen melalui program SPBU Pasti Pas. Serta, merencanakan pembangunan SPBU internasional.

Asumsi

1. Asumsi Persaingan Masa Depan

Untuk BBM dan pelumas, Pertamina mengkonsentrasikan pasar dalam negeri. Untuk gas dan non fuel, selain dalam negeri juga merambah ke pasar Asia Tenggara, Amerika, dan Eropa. Untuk bahan petrokimia, pasar yang dituju adalah dalam negeri dan Asia.

Pertamina membangun diri menjadi perusahaan kelas wahid di kawasan Asia Tenggara, bahkan belakangan ada yang menyebut target Asia Pasifik, karena nyatanya di kawasan Asia Pasifik Pertamina semakin menunjukkan gejala eksistensinya.

2. Asumsi Strategis

Pertamina membangun hubungan kerjasama dengan Negara timur tengah dalam penyediaan bahan mentah, dan juga bekerjasama dengan perusahaan oil company dalam bidang pengeboran seperti Caltex, Total, Ekspan. Pertamina mengkonsentrasikan pasar dalam negeri, selain itu juga merambah ke Asia Tenggara, Amerika dan Eropa (gas & non fuel).

Konsumen

1. Konsumen Utama: Konsumen dalam negeri
2. Alasan mengapa konsumen senang memilih produk Pertamina:
 - a. Nasionalisme,
 - b. Kualitas,
 - c. Harga yang relative murah,
 - d. Bersubsidi.

Strategi Perkembangan Pribadi PT Pertamina

Pelaksanaan pengembangan sumber daya manusia bagi pegawai di PT Pertamina adalah melalui program pendidikan dan pelatihan. Program pendidikan dan pelatihan tersebut dilaksanakan secara internal dan eksternal. Bentuk pendidikan dan pelatihan secara internal adalah program Pembinaan Teknis, yang diselenggarakan sendiri oleh Dinas Perhubungan. Sedangkan pendidikan dan pelatihan secara eksternal atau yang lebih disebut sebagai DIKLAT dilaksanakan dengan mengirimkan pegawai PT Pertamina untuk mengikuti DIKLAT yang diadakan oleh Badan Penyelenggara Diklat dari Kementerian BUMN. Pengembangan sumber daya manusia di PT Pertamina dilaksanakan melalui beberapa langkah sebagai berikut:

a. Analisis Kebutuhan pendidikan dan pelatihan

Analisis kebutuhan dalam Pembinaan Teknis diantaranya mengenai kemampuan apa saja yang perlu dimiliki oleh setiap pegawai dan siapa saja perlu mengikuti Pembinaan Teknis. Sedangkan analisis dalam DIKLAT mengenai penentuan pegawai yang akan diikuti dalam DIKLAT serta jenis DIKLAT apa saja yang perlu diikuti.

b. Perumusan Tujuan

Pada dasarnya tujuan dari Pembinaan Teknis maupun DIKLAT ini adalah peningkatan kualitas SDM di PT Pertamina agar mampu mengatasi permasalahan di bidang lalu lintas dan

angkutan jalan. Karena tujuannya adalah perubahan kemampuan/perilaku, maka tujuan Pembinaan Teknis maupun DIKLAT dirumuskan dalam bentuk perilaku (behavior objectives).

c. Persiapan

Persiapan untuk Pembinaan Teknis meliputi persiapan tempat, materi, tenaga pengajar. Penentuan materi disesuaikan dengan kondisi pekerjaan yang dialami PT Pertamina. Persiapan untuk DIKLAT diantaranya meliputi penyiapan prosedur pengiriman pegawai yang menjadi peserta DIKLAT serta biaya yang diperlukan.

d. Pelaksanaan Pendidikan dan Pelatihan

Pembinaan Teknis dilaksanakan setiap satu tahun sekali. Dalam sekali penyelenggaraannya dibagi menjadi 2 gelombang. Setiap gelombang dilaksanakan antara 2-3 hari. Metode yang digunakan dalam penyampaian materi adalah ceramah (teori) dan praktek (praktek baris-berbaris). Penanggung jawabnya adalah Kepala PT Pertamina, sedangkan penanggung jawab secara harian adalah panitia dari staff/pegawai PT Pertamina. Untuk pelaksanaan DIKLAT, metode penyampaian materi antara lain dengan teori, praktek dan kunjungan lapangan. Penanggung jawab (biaya, akomodasi, konsumsi, materi, alat tulis) Badan Penyelenggara Diklat.

e. Evaluasi

Evaluasi terhadap pelaksanaan Pembinaan Teknis dan DIKLAT mencakup evaluasi terhadap proses dan evaluasi terhadap hasil. Evaluasi terhadap proses meliputi proses penyelenggaraan, penyampaian materi, sikap pengajar serta fasilitas yang disediakan. Evaluasi terhadap hasil meliputi manfaat yang dirasakan peserta setelah mengikuti Pembinaan Teknis maupun DIKLAT, serta apakah ada peningkatan kemampuan, keterampilan dan pengetahuan pada pegawai yang telah mengikuti Pembinaan Teknis dan DIKLAT. Dalam pelaksanaan Pembinaan Teknis maupun DIKLAT tentunya terdapat beberapa kendala. Kendala dalam penyelenggaraan Pembinaan Teknis yaitu pengaturan jadwal dan penentuan waktu pelaksanaan Pembinaan Teknis. Hal tersebut dikarenakan jadwal pekerjaan dari pegawai PT Pertamina yang berbeda-beda karena terbagi dalam beberapa bidang dan sebagian besar pekerjaan di PT Pertamina adalah pekerjaan teknis dan berada di lapangan.

Penerapan Strategi Tujuan PT Pertamina

1. Strategi Penguasaan Blok Dengan Anak Perusahaan.

Pengalaman Pertamina di sektor hulu memang lebih dikenal sebagai penggarap ladang-ladang migas di daratan alias onshore. Maka dengan cerdas, Pertamina melakukan terobosan masuk ke offshore, baik shallow maupun deep water. Pertamina menggandeng perusahaan yang sudah kampiun di bidang ini seperti Star Oil, Petrobras, dan Shell untuk beberapa ladang offshore Indonesia. Proses akuisisi atau pembelian blok-blok yang menarik antara lain melalui pembelian atau penyertaan modal atau Participating Interest (PI) ke dalam PSC-PSC yang prospektif dan strategis. Upaya lainnya adalah mengambil alih sebagian atau seluruh PI pada PSC yang akan terminasi. Seperti misalnya Blok West Madura yang akan terminasi pada tahun 2011. Kemudian Blok Mahakam di Selat Makassar yang juga akan terminasi tahun 2017. Pertamina merambahi ladang-ladang minyak di sejumlah negara. tahun 2006 ke Libya, lalu ke Sudan (2007), Qatar (2009), dan Australia (2009). , Pertamina semakin semangat mengakuisi blok-blok migas yang potensial dari pengelola sebelumnya. Juga membeli Participating Interest (PI) atas blok-blok yang masih ekonomis.

2. Pelaksanaan strategi PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan)

Sesuai SK Menteri Keuangan RI No. 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, BUMN termasuk PERTAMINA diwajibkan melakukan pembinaan terhadap usaha kecil dan Koperasi dalam rangka mendukung Pemerintah.

3. Melaksanakan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan (Good Corporate Governance/ GCG) dan mengembangkan budaya perusahaan

Evaluasi Strategi Perusahaan PT Pertamina

Etos kerja keras dapat pula kita lihat di Pertamina, salah satu Badan Usaha Milik Negara terkemuka di Indonesia. Terbukti, BUMN yang pada 10 Desember tahun ini akan memperingati ulang tahunnya ke-52 itu selalu mampu memberikan keuntungan bagi negara, baik melalui laba bersih perusahaan, setoran pajak maupun aktivitas corporate social responsibility yang dilakukannya. Sebagai contoh pada 2006, setoran Pertamina kepada negara mencapai Rp 131,11 triliun, terdiri dari sumbangan PNBPN sebesar Rp 92,22 triliun, pajak Rp26,97 triliun dan deviden Rp 11,92 triliun. Sehingga dari gambaran tersebut, Pertamina tak perlu diragukan lagi kinerja finansialnya.

RJPP Periode tiga tahun 2018 sampai dengan 2023 merupakan periode berat bagi Pertamina karena harus menempatkan diri pada level 11 besar diantara NOC dan IOC, masih ada waktu 14 tahun, yang menyulitkan adalah situasi dan kondisi peta perusahaan migas pada belasan tahun mendatang pasti masih sulit diprediksi.

Tanpa kerja keras, tidak mungkin perusahaan yang mengelola sumber energi itu dapat terus tumbuh secara sehat. Tepat memang bila Pertamina kini memperkenalkan slogan “Kerja keras Adalah Energi Kita, Energi Pertamina, dan Energi Masyarakat Indonesia.” Tetapi memang, tumbuh saja tidak lagi cukup saat ini. Era globalisasi telah memaksa perusahaan-perusahaan di Indonesia, dan juga di negara lain, untuk tidak sekadar membandingkan pertumbuhan mereka dengan perusahaan di negaranya saja. Pertamina tidak bisa lagi sekadar membanggakan dirinya yang kerap berada di tempat tertinggi dalam kualitas pengelolaan perusahaan negeri ini, namun harus juga bersedia diperbandingkan dengan perusahaan sejenis dari negara lain. Pada titik itu, harus kita akui, Pertamina perlu kerja lebih keras lagi mengejar ketertinggalan yang ada. Cara yang paling tepat adalah lebih pada bagaimana meningkatkan potensi sumber daya manusia yang ada di Pertamina sehingga pengelolaan yang dilakukan bisa lebih efisien dan efektif. Sumber daya manusia memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan, kemajuan dan perkembangannya sangat bergantung pada SDM yang ada. Maka dari itu jika Pertamina ingin bersaing di kancah internasional pengembangan SDM lah yang dapat menjadi kunci utama kemajuan perusahaan.