

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Tentang Penerbit Erlangga

Mungkin sebagian dari kita sudah tidak asing lagi dengan buku-buku dari Penerbit Erlangga, khususnya bagi peserta didik, pendidik, dan instansi pendidikan di Indonesia. Penerbit Erlangga merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang percetakan dan penerbitan buku terbesar di Indonesia. Penerbit Erlangga berdiri pada 30 April 1952, di mana pada mulanya hanya menerbitkan buku-buku pelajaran saja. Jatuh banggunya sektor pendidikan Indonesia, Penerbit Erlangga tetap dan terus berupaya untuk mengembangkan usahanya dengan menerbitkan berbagai judul buku anak atau buku populer dari berbagai penulis terkenal, baik di ranah nasional maupun internasional.

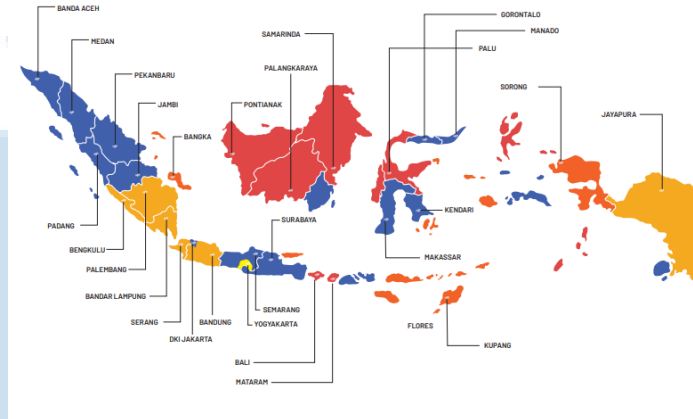


Gambar 2.1. Logo Penerbit Erlangga

Sumber: Dokumen Perusahaan

Penerbit Erlangga selalu mengutamakan nilai-nilai pendidikan dalam setiap proses pembuatan sebuah produk. Melalui hal tersebut, Penerbit Erlangga kemudian mampu untuk menciptakan produk-produk yang berkualitas serta dapat memberikan nilai-nilai edukasi yang sejalan dengan kurikulum Indonesia bagi siapapun yang membacanya dengan harapan yaitu untuk mendukung gerakan literasi di Tanah Air. Saat ini, Penerbit Erlangga telah mempekerjakan sebanyak 3200 lebih karyawan dengan berbagai kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, seperti Jakarta, Bekasi, Tangerang, Bogor, Lampung, Bandung, Cirebon, Semarang, Surakarta, Purwokerto, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Jember, Malang, Madiun, Papua, dan masih banyak kota lainnya.

Peta Distribusi



Gambar 2.2. Peta Distribusi Penerbit Erlangga

Sumber: Dokumen Perusahaan

Untuk menghasilkan karya terbaik dan berkualitas, terdapat beberapa perusahaan yang dibawah oleh Penerbit Erlangga. Beberapa perusahaan tersebut antara lain Erlangga for Kids, Eureka, GAP Print, Esensi, Emir, dan Erlangga Online. Di sisi lain, lingkup terbitan Penerbit Erlangga dibagi menjadi 5 (lima) kategori utama, yaitu buku sekolah atau buku pelajaran, buku perguruan tinggi, buku anak-anak, buku populer (fiksi dan non-fiksi), serta buku referensi. Kemudian, buku-buku hasil terbitan Penerbit Erlangga disusun berdasarkan riset yang dilakukan terus menerus oleh tim professional serta evaluasi tiada henti oleh tim editor terbaik di Indonesia.



Gambar 2.3. Logo Erlangga for Kids, Eureka, GAP Print, Esensi, Emir, dan Erlangga Online

Sumber: Dokumen Perusahaan.

Saat ini, Penerbit Erlangga telah mampu untuk menduduki posisi terbaik di ranah penerbitan Indonesia. Faktanya, Penerbit Erlangga berhasil meraih berbagai penghargaan melalui produk-produk yang dihasilkan. Dikutip dari *website* resminya, Penerbit Erlangga berhasil meraih penghargaan Top Brand for Teens 2022, yang juga merupakan penghargaan ke-8 (delapan) kali secara berturut-turut (2013 – 2023) dalam kategori ‘Buku Pendidikan’ (Penerbit Erlangga, n.d.).

Tidak hanya itu, pada tahun 2021, Penerbit Erlangga juga berhasil meraih penghargaan Top Brand Gen-Z untuk kategori ‘Buku Pendidikan’. Dalam hal ini, Penerbit Erlangga berhasil mengalahkan para pesaingnya dengan persentase sebesar 58,9% (DetikNews, 2021). Berbagai penghargaan yang berhasil diraih tersebut akan mengukuhkan perusahaan Penerbit Erlangga di dalam dunia pendidikan sebagai penerbit yang memiliki citra baik di mata masyarakat, khususnya bagi para pelajar dan partisipan pendidikan di Indonesia.



Gambar 2.4. Penerbit Erlangga Raih Top Brand Gen-Z 2021

Sumber: DetikNews, 2021

Selama lebih dari 70 (tujuh puluh) tahun berdiri, buku-buku terbitan Penerbit Erlangga dipasarkan kepada khalayak luas atau masyarakat Indonesia oleh tim *marketing* perusahaan yang profesional, kompeten, memahami berbagai produk dengan sangat baik, serta memastikan para konsumen paham bagaimana menggunakan buku-buku terbitan Penerbit Erlangga melalui program pelatihan peningkatan mutu pendidik yang tentunya disesuaikan dengan kebutuhan.

Kemudian, Penerbit Erlangga juga menghadirkan berbagai solusi pemasaran yang inovatif, seperti penggunaan media digital. Dengan adanya hal-hal tersebut, Penerbit Erlangga menghadirkan layanan pemasaran yang terpadu dan efektif bagi para konsumen dan calon konsumen perusahaan, sehingga mampu untuk terus berkembang dan menjadi salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia.

2.2. Visi dan Misi Penerbit Erlangga

Sebagian besar perusahaan memiliki visi dan misi yang berbeda-beda. Visi dan misi tersebut kemudian dianggap sebagai sebuah penentu keberhasilan atau kesuksesan dari perusahaan. Visi dapat diartikan sebagai sebuah *statement* yang menggambarkan kondisi atau citra dari suatu perusahaan yang menjadi sebuah harapan atau tujuan pada masa yang akan datang. Sedangkan misi adalah sebuah susunan rencana pokok yang mengartikan alasan sebuah perusahaan dibuat yang kemudian menjadi fokus dari perusahaan tersebut (Anisa & Rahmatullah, 2020). Adapun visi dan misi Penerbit Erlangga adalah sebagai berikut:

- a. Visi: Menjadi mitra utama bagi semua pihak yang berkepentingan dalam memajukan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia, agar mampu bersaing dengan bangsa-bangsa maju di dunia, khususnya dalam penguasaan ilmu pengetahuan.
- b. Misi:
 1. Menjadi perusahaan penerbitan yang menciptakan buku pendidikan serta multimedia yang kreatif dan inovatif sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan dunia pendidikan di Indonesia.

2. Menjalani kerja sama dengan semua pihak yang berkepentingan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia, dalam penguasaan ilmu pengetahuan.
3. Berperan aktif untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang cerdas dan kreatif dengan menyediakan sarana belajar dan pelatihan ke seluruh pelosok tanah air.
4. Mengembangkan kualitas karyawan perusahaan melalui pendidikan dan pelatihan yang berkesinambungan demi terwujudnya karyawan yang profesional dan berintegritas.
5. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

2.3. Company Culture Penerbit Erlangga

Company culture dapat diartikan sebagai sebuah sistem yang diterapkan pada suatu perusahaan yang membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan lain (Widiatmika & Darma, 2018). Penerbit Erlangga menerapkan *company culture* yang disebut dengan 2PICS. Adanya *company culture* berupa 2PICS tersebut diharapkan dapat mendukung tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh Penerbit Erlangga. Berikut merupakan makna dari 2PICS:

1. Professionalism: detail, teliti, memberdayakan, kerja keras & kerja cerdas, kerja tim, keseimbangan antara prestasi & keluarga.
2. Integrity: disiplin, jujur, dapat dipercaya, ulet, gigih, dan komit.
3. Continuous Improvement: inisiatif untuk belajar terus menerus, kreatif, dan inovatif.
4. Service Excellence: memberikan yang terbaik, bertanggung jawab hingga tuntas, menjawab kebutuhan pelanggan.
5. Passion: sepenuh hati dan bergairah.

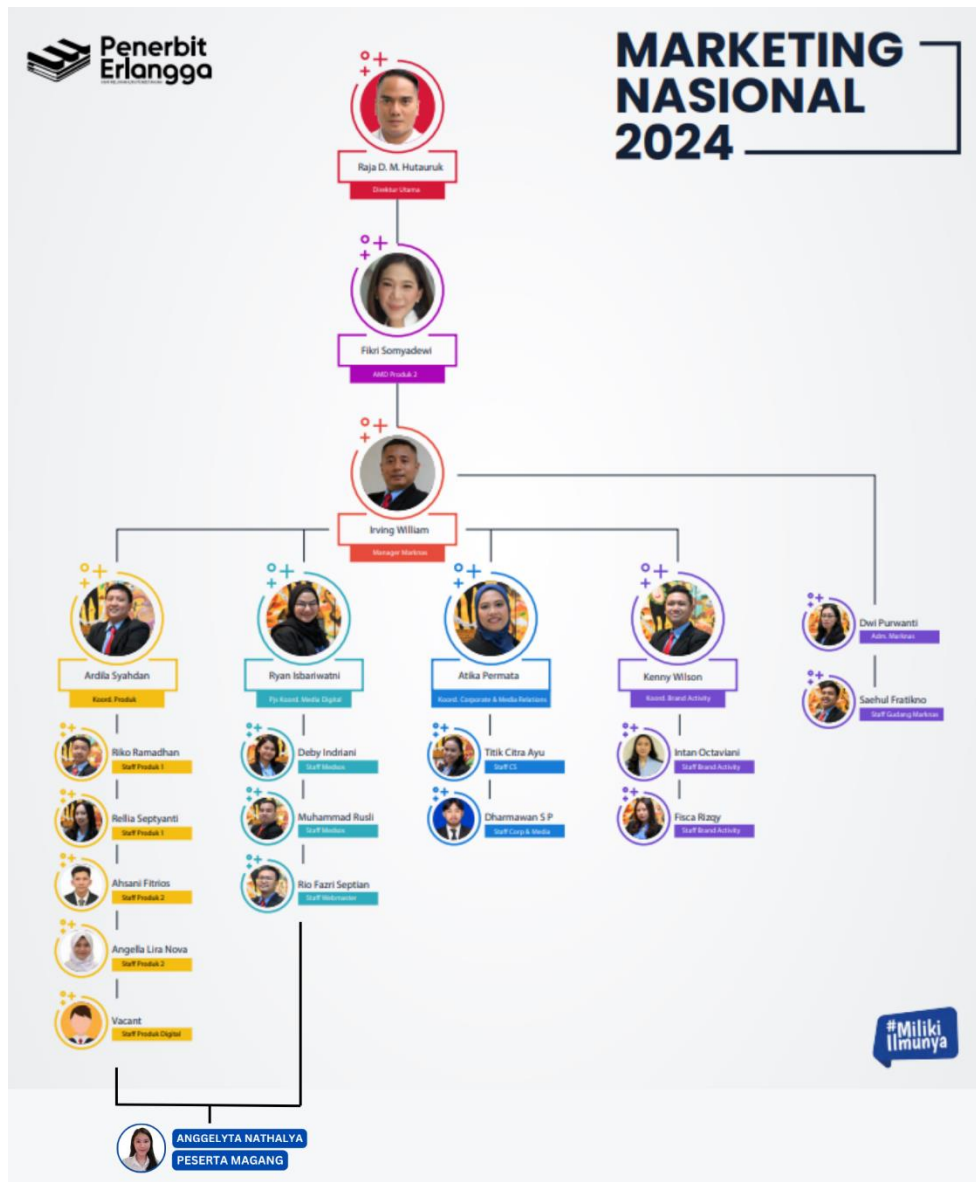
2.4. Struktur Organisasi Penerbit Erlangga



Gambar 2.5. Struktur Divisi Marketing Nasional Penerbit Erlangga

Sumber: Dokumen Perusahaan

Gambar diatas merupakan struktur dari divisi Marketing Nasional Penerbit Erlangga, yang merupakan posisi penulis dalam melakukan praktik kerja magang. Struktur besar perusahaan Penerbit Erlangga dibuat hanya untuk kepentingan internal saja dan tidak untuk di *publish* atau disebarluaskan kepada khalayak diluar perusahaan. Oleh sebab itu, penulis hanya dapat mencantumkan struktur dari divisi Marketing Nasional Penerbit Erlangga.



Gambar 2.6. Struktur Divisi Marketing Nasional dan Posisi Penulis

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Selama praktik kerja magang berlangsung dan dilakukan, penulis cenderung lebih banyak bekerja atau banyak terlibat dengan Bagian produk dan Bagian Media Digital saja. Untuk bagian lain dalam divisi seperti Bagian Corporate dan Media Relation serta Bagian Brand Activity, penulis tidak pernah dilibatkan. Oleh sebab itu, gambar diatas merupakan struktur dari divisi Marketing Nasional Penerbit Erlangga yang kemudian ditambahkan dengan posisi dari penulis.