

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Gramedia Printing didirikan pada tahun 1972, sebagai salah satu unit bisnis strategis dibawah naungan Grup Kompas Gramedia. Selama tiga dekade terakhir, Gramedia Printing telah menyediakan berbagai layanan media massa, yang mengkhususkan diri pada pencetakan surat kabar, majalah, tabloid, buku, jaminan pemasaran, dan pengemasan. PT Gramedia juga telah mengembangkan kemitraan yang kuat dengan perusahaan lain di luar Kompas Gramedia Group, baik di Indonesia maupun di luar negeri, untuk menghasilkan bahan cetakan yang unik.



Gambar 2.1 Logo PT Gramedia

Sumber : Website Gramedia Printing

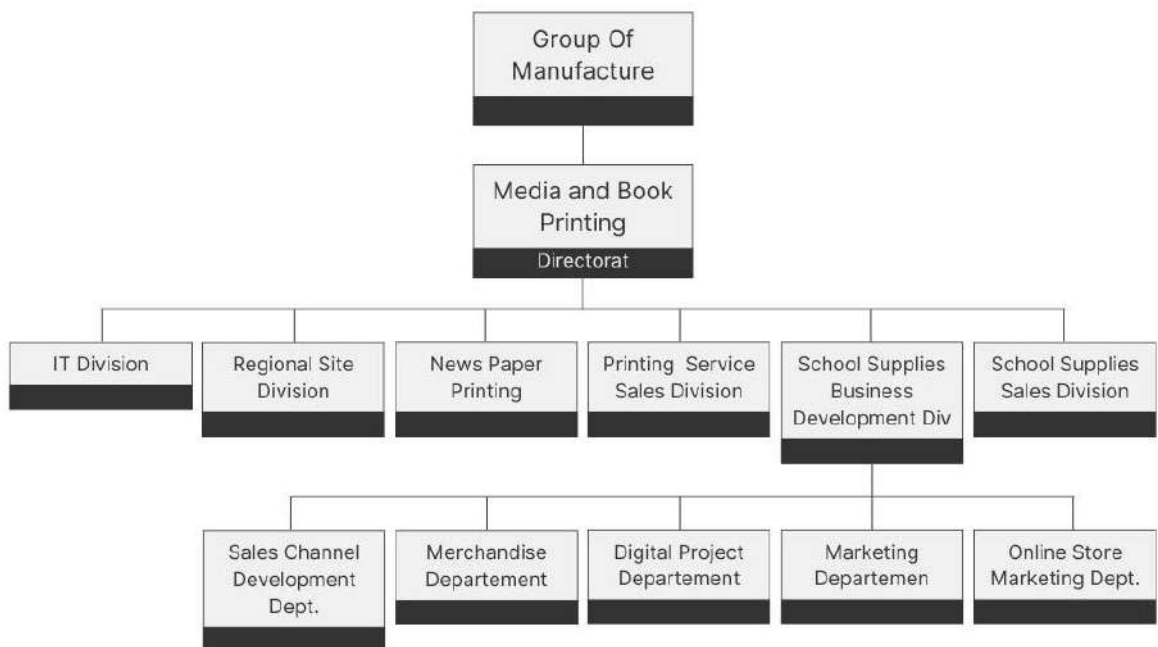
2.1.1 Visi Misi

Sebagai perusahaan percetakan besar di Indonesia, PT Gramedia memiliki visi dan misi perusahaan yang menjadi nilai serta poin penting bagi perusahaan dan seluruh karyawan. Visi PT Gramedia menjadi penyedia layanan percetakan dan layanan terkait lainnya yang terbaik di Asia Tenggara dan berkelas dunia. Misi dari PT Gramedia membantu bisnis pelanggan kami menjangkau lebih jauh dengan memahami secara menyeluruh tujuan bisnis, keamanan produk, preferensi kualitas, dan inovasi produk serta layanan pelanggan yang sangat baik. Menyediakan jasa

desain, percetakan dan distribusi yang paling disukai oleh target pasar untuk menciptakan masyarakat yang terpelajar dan tercerahkan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Selama 52 tahun lebih menjalani bisnis *school supplies*, Gramedia memiliki sumber daya manusia yang mendukung dalam menjalankan bisnis ini menjadi lebih tertata dan tersebar ke seluruh Indonesia. Divisi *School Supplies Business* berada dibawah naungan *Group Of Manufacture* yang merupakan salah satu unit dari PT Gramedia. Berikut adalah struktur organisasi divisi *school supplies* PT Gramedia per 1 September 2021:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi *Group Of Manufacture PT Gramedia*

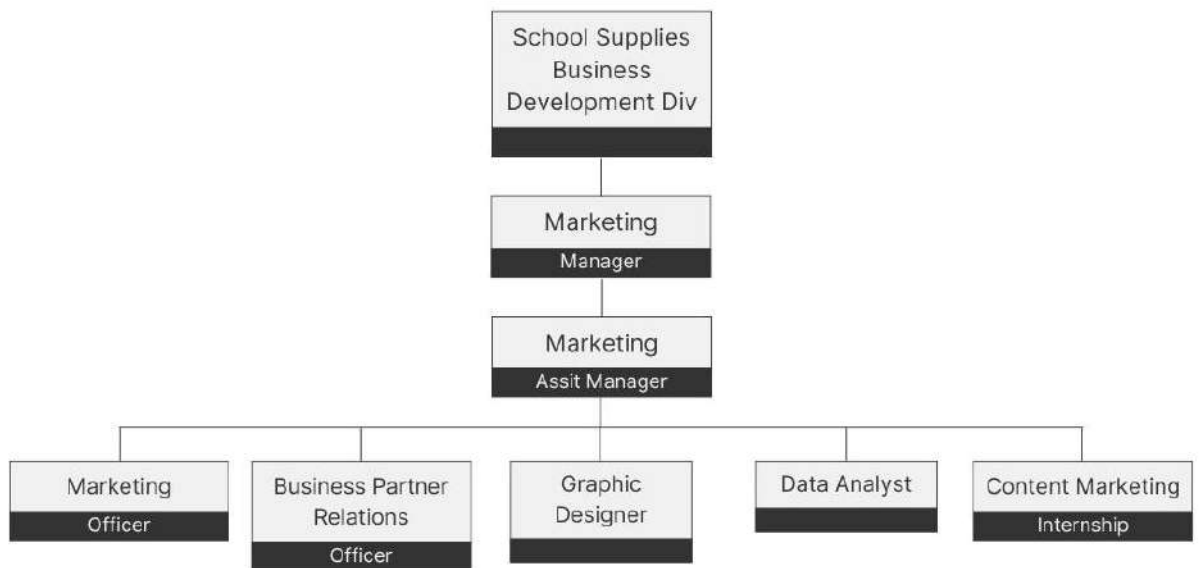
Sumber : Dokumen Perusahaan (2021)

Per 1 September 2021, dibawah naungan *Group Of Manufacture* terdapat divisi *School Supplies Business* memiliki 5 departemen yaitu Departemen Sales Channel Development, Departemen Merchandising, Departemen Digital Project, Departemen Marketing, dan Departemen Online Store. Masing-masing departemen memiliki managernya tersendiri.

Secara umum, divisi Marketing pada *school supplies business* Gramedia ini bertanggung jawab dalam melakukan pemasaran dan penjualan segala produk dan jasa baik secara konvensional maupun digital, serta membina hubungan yang baik dengan seluruh konsumen Gramedia. Di dalamnya terdapat Departemen Sales Channel Development merupakan peran yang mendukung pengembangan strategi dan tujuan perusahaan jangka panjang perusahaan dengan ide, inisiatif, dan aktivitas yang profitable melibatkan keterampilan penelitian kebutuhan bisnis, riset pasar dan persaingan, serta mengumpulkan menganalisis data. Terdapat Departemen Merchandising yang memiliki peran untuk memastikan jika produk yang dipesan oleh konsumen sudah sampai dengan baik dan tepat waktu ditangan konsumen serta bekerjasama dengan tim purchasing dan sales untuk membuat perkiraan, perencanaan, dan mengelola persediaan barang atau produk.

Selanjutnya ada Departemen Digital Project yang memiliki tugas mengidentifikasi target audiens, menentukan taktik pemasaran yang tepat, mengelola anggaran kampanye, dan mengawasi pelaksanaan proyek digital secara keseluruhan. Departemen Marketing yang bertanggung jawab untuk memasarkan produk dan jasa dari berbagai penerbit dan bekerja sama langsung dengan para penyedia. Untuk melengkapi seluruh kebutuhan pembelian barang dan jasa, terdapat Departemen Online Store yang bertanggung jawab dalam mencatat penjualan yang dilakukan pada platform marketplace, menanggapi pesan dari konsumen melalui platform marketplace yang digunakan, serta memberikan deskripsi mengenai produk kepada konsumen yang bertanya, dan menanggapi keluhan dan masukan yang diterima dari konsumen.

Penulis merupakan bagian dari Departemen Marketing, berikut adalah struktur organisasinya :



Gambar 2.3 Struktur Organisasi *Marketing Departement*
pada *School Supplies Business Division*

Sumber : Dokumen Perusahaan (2021)

Marketing Departement berada dibawah pengawasan General Manager Divisi School Supplies Business yaitu Citzke Afanti. Dibawahnya terdapat Manager Departement Marketing yaitu Ary Prabawa, kemudian penulis berada dibawah naungan Business Partner Relationship sekaligus mentor penulis ketika melakukan praktik kerja magang yaitu Baby Taszya Risaldi. Dibawah Marketing Depatemen terdapat beberapa peran penting di dalamnya yang membantu berjalannya suatu strategi pemasaran dari Marketing School Supplies Business :

1. Marketing Officer

Mengelola dan melaksanakan implementasi strategi bisnis untuk mengembangkan *brand awareness*. Melakukan identifikasi *trend* di lingkup bisnis untuk menunjang *market share*. Kemudian melakukan strategi pengembangan dan implementasi perjalanan pembeli (*customer journey*) dari saat seseorang melakukan interaksi awal hingga saat mereka melakukan pembelian. Melakukan analisa keberhasilan strategi

bisnis secara berkala dan saran perbaikannya. Melakukan *improvement* untuk perbaikan berkesinambungan. Menerapkan sistem manajemen mutu di unit kerja dan melakukan pekerjaan lain yang ditugaskan oleh atasan untuk mendukung program perusahaan.

2. Business Partner Relations

Memiliki tugas melakukan pendekatan dengan para penyedia barang dan jasa untuk membuka toko di *marketplace*. Kemudian melakukan strategi pengelolaan hubungan bisnis dengan *stakeholder* agar menciptakan hubungan bisnis yang berkelanjutan. Melakukan *improvement* untuk perbaikan berkesinambungan.

3. Data Analyst

Mengelola serta menganalisis data penjualan yang telah dilakukan oleh konsumen *School Supplies Business*. Hasil dari data yang telah dianalisis akan membantu serta mendukung jalannya strategi promosi dan pemasaran yang telah dirancang oleh marketing officer.

4. Graphic Designer

Mengerjakan permintaan desain produk. Membuat visualisasi rencana promosi yang dibuat oleh tim marketing dan memastikan desain yang dibuat dan digunakan adalah orisinal dan baru. Selain itu juga membuat template desain untuk digunakan unit-unit yang membutuhkan.

5. Content Marketing Intern

Menyusun ide pemasaran yang dirancang dalam bentuk konten dalam berupa visual maupun tulisan. Konten visual berupa video animasi singkat serta *carousel feeds* pada instagram @gramediamitraedu, @siplahgamedia, dan @tokogamedia. Selain itu adapula konten yang dirancang berupa tulisan yang akan diunggah untuk direct message melalui WhatsApp.