

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Bisnis Indonesia Group

Bisnis Indonesia Group merupakan group integrasi dari Bigmedia dan Bigservices yang, pada setiap lini usaha tersebut melingkupi berbagai usaha yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan pelaku bisnis di Indonesia. Bigmedia, yang merupakan kelompok usaha multimedia melingkupi berbagai media seperti Bigmedia, yang merupakan kelompok usaha multimedia melingkupi berbagai media seperti Bisnis Indonesia (1985), Solopos (1997), Harian Jogja (2008), Bisnis.com (2012), BisnisTV (2013), Bisnis Muda (2020), Hypeabis.id (2021), Context (2021), DataIndonesia.id (2021), BisnisIndonesia.id (2021), dan Toko Bisnis (2021).

Media-media yang tercakup pada Bigmedia diterbitkan dan ditayangkan dalam format cetak, daring, radio, dan televisi. Di sisi lain, Bigservices merupakan lini usaha yang menyajikan pelayanan data, teknologi siber, *event networks*, layanan media, penerbitan buku, dan *printing networks*.



Gambar 2.1 Lini Usaha Bisnis Indonesia Group
(Sumber: bisnisindonesiagroup.com)

2.2 Sejarah Singkat Bisnis Indonesia Group

Pada 14 Desember 1985, Harian Bisnis Indonesia pertama kali terbit dengan 12 halaman, mengangkat berita utama mengenai keputusan Inggris yang mengabaikan kerja sama dengan OPEC terkait harga minyak. Pada 19 September 1997, Harian Solopos diluncurkan di bawah PT Aksara Solopos, yang kemudian berkembang menjadi kelompok usaha yang mencakup percetakan dan radio. Seiring waktu, beberapa perusahaan lain juga didirikan, yaitu PT Jurnalindo Aksara Grafika, PT Bisnis Indonesia Konsultama, serta PT Bisnis Indonesia Sibertama. Mereka juga memperluas jangkauan ke percetakan jarak jauh, riset pasar, konsultasi bisnis, dan layanan IT.

Pada 2012, Bisnis Indonesia melakukan penyegaran logo dan meluncurkan beberapa inisiatif baru, termasuk televisi *streaming* Bisnis TV dan portal *e-commerce* BIGSTORE. Pada 2020, Bisnis Muda diluncurkan sebagai platform untuk berbagi pengetahuan tentang investasi dan kewirausahaan, diikuti oleh peluncuran Hypeabis.id pada 2021 sebagai kanal informasi. Portal Data Indonesia dan website berita bisnisindonesia.id juga dibangun untuk menyediakan konten ekonomi dan data yang lebih visual serta analitis (Profil Perusahaan Bisnis Indonesia Group, 2024).

Secara khusus, Hypeabis.id yang didirikan pada 2021 merupakan kanal informasi komunitas dan gaya hidup seperti kuliner, perjalanan, hobi, kesehatan, desain, arsitektur dan seni. Penerbit Hypeabis.id adalah PT Jurnalindo Aksara Grafika. Kanal informasi ini memiliki kantor pusat dengan alamat Wisma Bisnis Indonesia, Jl. KH Mas Mansyur No. 12A, Kelurahan Karet Tengsin, Kecamatan Tanah Abang, Jakarta Pusat. Hypeabis.Id memiliki delapan kanal berita yang terbagi menjadi Hypeurban (berisi berita tentang gaya hidup, seni dan desain), Hypefood (berisi berita dan rekomendasi tentang resep makanan dan minuman hingga kuliner legendaris), Hypefit (berisi berita gaya hidup sehat dan tips kesehatan dan olahraga), Hypetech (tentang berita terbaru seputar teknologi dan inovasi digital), Hypevirtual (galeri seni virtual), Hypephoto (menampilkan karya fotografi terbaik dari Bisnis Indonesia Group, termasuk dokumentasi sejarah,

budaya, dan peristiwa yang terjadi), Hypepreneur (membahas tentang dunia bisnis, kewirausahaan dan perkembangan karier) dan yang terakhir Hypevent (ruang bagi komunitas GenHype untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan dan lomba bertema gaya hidup, kreativitas, dan kebudayaan yang dikelola Bisnis Indonesia Group). Penulis bertugas untuk mengisi kanal Hypephoto selama melakukan pekerjaan magang sebagai pewarta foto.

2.3 Visi dan Misi

Sesuai dengan profil perusahaan Bisnis Indonesia Group dan informasi di situs resminya, Bisnis Indonesia Group memiliki visi untuk “Menjadi perusahaan media informasi atau multimedia yang terpercaya dalam rangka ikut mencerdaskan bangsa.” Adapun misinya sebagai berikut.

1. Melakukan diversifikasi usaha multimedia.
2. Memberdayakan sumber daya manusia lebih optimal (*competence base*).
3. Menjaga dan mempertahankan kredibilitas usaha yang sehat (*sound business*).
4. Menghasilkan keuntungan yang wajar.
5. Memberikan manfaat bagi lingkungan dunia usaha.

2.4 Budaya Organisasi Bisnis Indonesia Group

Bisnis Indonesia Group memiliki budaya organisasi yang diterapkan pada seluruh lini bisnisnya, yang terdiri atas: *Balance* (menerapkan prinsip keseimbangan dalam segala aspek), *Integrity* (jujur dan bertanggung jawab sesuai dengan etika dan aturan), *Service Excellence* (memberikan solusi dan layanan prima), *Networking* (membangun kemitraan yang produktif), *Innovations* (kreatif untuk menghasilkan nilai tambah), *Strive for Success* (semangat tinggi untuk menjadi yang terbaik).

2.5 Logo Bisnis Indonesia Group dan Hypeabis.id



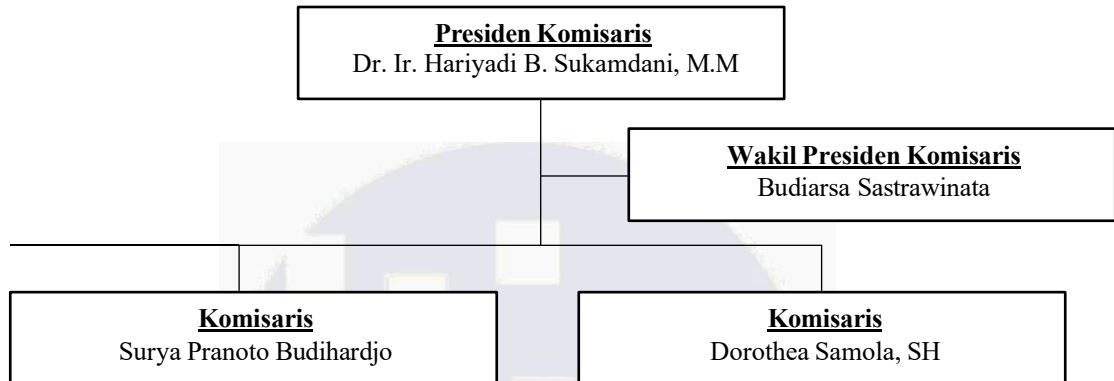
Gambar 2.2 Logo Bisnis Indonesia Group (2024)



Gambar 2.3 Logo Hypeabis.id (2024)

2.6 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah jajaran Komisaris Bisnis Indonesia Group:



Gambar 2.4 Bagan Jajaran Komisaris Bisnis Indonesia Group
Sumber: Bisnis Indonesia Group (2024)

Berikut adalah jajaran Direksi Bisnis Indonesia Group:



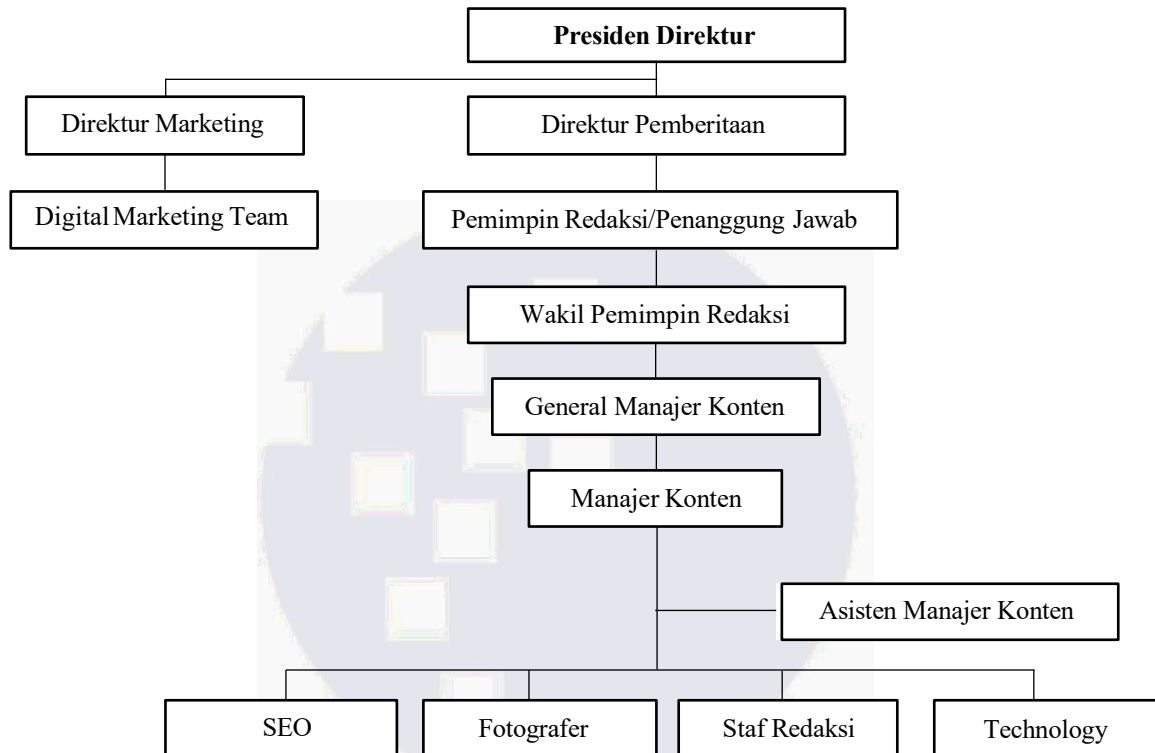
Gambar 2.5 Bagan Jajaran Direksi Bisnis Indonesia Group
Sumber: Bisnis Indonesia Group (2024)

Berikut adalah jajaran Redaksi Bisnis Indonesia Group:



Gambar 2.6 Bagan Jajaran Redaksi Bisnis Indonesia Group
Sumber: Bisnis Indonesia Group (2024)

Berikut adalah struktur organisasi Hypeabis.id:



Gambar 2.7 Bagan Struktur Organisasi Hypeabis.id
Sumber: Hypeabis.id (2024)