

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Gramedia Asri Media merupakan salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia yang menjadi pilihan penulis untuk melaksanakan magang. Sebagai perusahaan yang telah berdiri selama puluhan tahun, PT Gramedia Asri Media memiliki peran yang besar dalam perkembangan industri media dan penerbitan di Indonesia. Dengan unit bisnis yang beragam, perusahaan ini terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Gramedia Asri Media atau yang lebih dikenal sebagai Gramedia memiliki fokus utama bisnis ritel khususnya buku, alat tulis, dan produk *non-books*. Sebagai bagian dari Kompas Gramedia, perusahaan ini terus berkembang dengan menghadirkan layanan yang mendukung kebutuhan literasi dan pendidikan di Indonesia. Dengan jaringan yang luas dan beragam produk yang ditawarkan, Gramedia berupaya untuk tetap relevan di tengah perkembangan industri dan kebutuhan konsumen yang terus berubah.



Gambar 2.1 Logo Gramedia 2025

Gramedia memiliki visi untuk menjadi jaringan ritel dan penerbitan yang terbesar, tersebar luas, dan terintegrasi di Asia Tenggara, menyediakan produk yang berorientasi pada pasar, layanan yang unggul dan inovatif, serta menjalankan bisnis dengan standar etika (Gramedia, 2025). Berdasarkan *website* resmi Gramedia, untuk mencapai visi tersebut, Gramedia menjalankan

misi untuk terlibat dalam upaya mencerdaskan dan mencerahkan kehidupan bangsa melalui penyebaran informasi dan pengetahuan.

Sejak didirikan, Gramedia telah mengembangkan bisnisnya ke berbagai bidang seperti bidang *publishing*, *retail*, dan edukasi. Pada sektor *publishing*, Gramedia mengelola jaringan toko buku terbesar di Indonesia yang berperan dalam memproduksi dan mendistribusikan buku untuk berbagai macam segmen pasar. *Brand publisher* ini meliputi Gramedia Pustaka Utama, Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo), Kepustakaan Populer Gramedia (KPG), Elex Media Komputindo, Bhuana Ilmu Populer (BIP), M&C, Gramedia PT Gramedia Edukasi Nusantara, dan Phoenix Gramedia Indonesia (PGI). Melalui lini bisnis ini, Gramedia menerbitkan berbagai jenis buku, mulai dari literatur populer, buku akademik, hingga komik dan novel grafis. Dengan cakupan yang luas, Gramedia berperan penting dalam menyediakan bacaan berkualitas bagi masyarakat Indonesia.



Gambar 2.2 Anak Perusahaan PT Gramedia Asri Media Sektor *Publishing*
Sumber: <https://gramedia.id/brands/publisher>

Di sektor pendidikan, Gramedia memiliki beberapa unit bisnis yang berfokus pada pengembangan literasi dan pembelajaran. Beberapa di antaranya adalah English Language Training Internasional (ELTI), Diginusa, dan Sekolah Murid Merdeka. Melalui sektor bisnis ini, Gramedia berkontribusi dalam

meningkatkan akses pendidikan dan mendukung perkembangan metode belajar yang inovatif di Indonesia.



Gambar 2.3 Anak Perusahaan PT Gramedia Asri Media Sektor Pendidikan
Sumber: : <https://gramedia.id/brands/education>

Selain tiga sektor bisnis utama tersebut, Gramedia juga memiliki beberapa unit bisnis lain yang mendukung operasionalnya. Gramedia memiliki *home brand* yang berperan sebagai pengecer produk gaya hidup dan kebutuhan sehari-hari seperti tas, alat tulis, dan produk teknologi. *Home brand* yang berada di bawah naungan Gramedia meliputi Eversac, Piknik, Estudee, Kukiko, Uptech, Kako, Fitsport, Books&Bind, dan Office Plus. Keberadaan *home brand* ini memungkinkan Gramedia untuk menyediakan produk pelengkap yang mendukung kebutuhan pelanggan. Di samping itu, Gramedia juga memiliki bisnis di bidang *production house* melalui Rekata Studio yang berfokus pada pengelolaan turunan *Intellectual Property* (IP) dari seluruh hak kekayaan intelektual (HKI) yang dimiliki dan diterbitkan Kompas Gramedia.

Sebagai upaya untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman dan menghadirkan inovasi di era digital, Gramedia juga mengembangkan berbagai layanan berbasis teknologi guna memperluas akses informasi dan literasi. Dalam sektor digital, Gramedia memiliki beberapa *brand* digital seperti SmartLib by Gramedia, Gramedia Writing Project (GWP), Gramedia Digital Publishing System, Gramedia Digital, Gramedia.com, Gramedia Affiliate, dan Gramedia Mitra. Melalui layanan ini, pelanggan dapat mengakses buku secara daring dan memanfaatkan berbagai fitur interaktif yang mendukung kegiatan membaca, menulis, serta penerbitan digital. Dengan demikian, Gramedia berperan sebagai jembatan yang menghubungkan pelanggan dengan kemudahan literasi modern di era digital.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Gramedia didirikan pada 2 Februari 1970 di bawah naungan Kompas Gramedia oleh P.K. Ojong. Gramedia pertama kali dibentuk sebagai sebuah toko buku kecil yang dibangun di Jalan Gajah Mada dengan tujuan untuk menyediakan buku, alat tulis, dan perlengkapan yang dapat menunjang masyarakat dalam memperoleh pengetahuan. Seiring berjalannya waktu, toko buku ini mulai berkembang dan menarik perhatian masyarakat, menjadi cikal bakal jaringan toko buku terbesar di Indonesia.

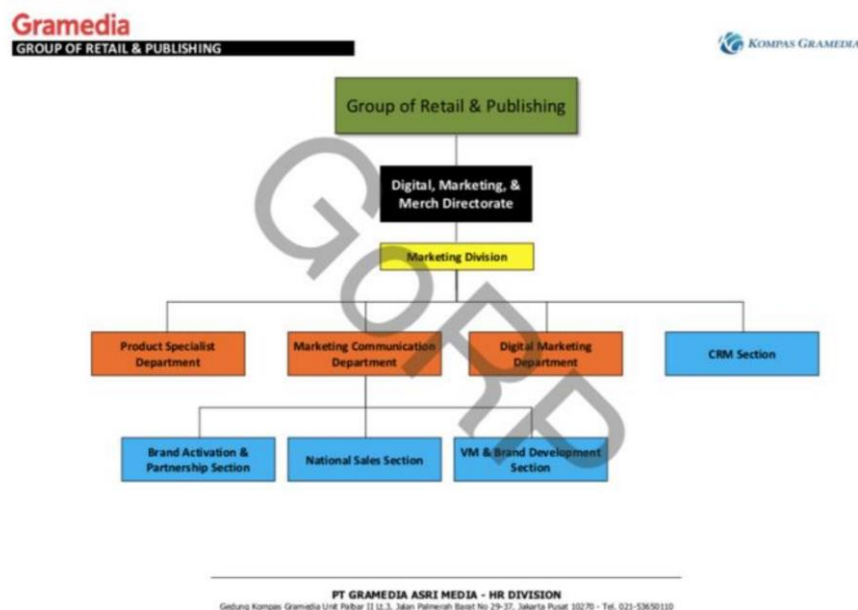


Gambar 2.4 Foto Toko Pertama Gramedia
Sumber: <https://gramedia.id/our-company>

Pada tahun 1980-an, Gramedia mulai merambah ke industri penerbitan dengan mendirikan beberapa bisnis yang bergerak di bidang produksi buku dan media cetak. Ekspansi ini memungkinkan Gramedia untuk tidak hanya mendistribusikan buku, tetapi juga menerbitkan berbagai jenis bacaan. Pada tahun 2000-an, Gramedia mulai merambah dunia digital dengan meluncurkan layanan seperti Gramedia Digital dan Gramedia.com yang memberikan kemudahan akses terhadap buku dan produk lainnya secara daring. Selain itu, Gramedia juga memperluas lini bisnisnya ke sektor edukasi dan produk gaya hidup guna mendukung kebutuhan literasi masyarakat. Hingga saat ini, Gramedia telah mendirikan 126 gerai yang tersebar di 34 provinsi serta 65 kabupaten dan kota di Indonesia guna menjangkau lebih banyak pembaca dari Sabang hingga Merauke.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi adalah sebuah kerangka yang mengatur hubungan antara tugas, sistem, proses operasional, serta individu dan kelompok dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan bersama (Ahmady, Mehrpour, & Nikooravesh, 2016). Melalui struktur ini, fungsi, tugas dan tanggung jawab dibagi dengan jelas sehingga operasional perusahaan berjalan lancar. Struktur organisasi Gramedia dirancang untuk mendukung operasional perusahaan dalam mencapai visi dan misinya dengan cara mengelola berbagai lini bisnisnya secara efektif. Berikut ini merupakan struktur organisasi Gramedia.



Gambar 2.5 Struktur Organisasi Gramedia
Sumber: <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/33644> (2024)

Sebagai anak perusahaan Kompas Gramedia, Gramedia berada di bawah *Group of Retail & Publishing* (GoRP) yang menaungi berbagai divisi strategis dalam perusahaan. Saat ini, *Group of Retail & Publishing* dipimpin oleh Y. Priyo Utomo selaku *chief executive officer* (CEO) yang bertanggung jawab atas keseluruhan operasional dan strategi bisnis perusahaan. Di bawah *Group of Retail & Publishing* (GoRP), terdapat *Digital, Marketing & Merchandising Director* yang mengawasi berbagai divisi strategis, termasuk *Marketing Division*. Divisi ini

dipimpin oleh *general manager* dan terdiri dari beberapa departemen yang memiliki fungsi spesifik dalam mendukung strategi bisnis Gramedia. Di bawah *Marketing Division*, terdapat beberapa departemen yang memiliki peran strategis dalam mendukung kegiatan pemasaran Gramedia. Departemen tersebut meliputi *Product Specialist Department*, *Marketing Communication Department*, *Digital Marketing Department*, dan CRM (*Customer Relationship Management*) *Section*. Berikut ini fungsi dan tanggung jawab dari departemen tersebut.

Di bawah *Marketing Communication Department*, terdapat beberapa bagian yang memiliki tanggung jawab khusus dalam menjalankan strategi pemasaran Gramedia meliputi *Brand Activation & Partnership Section*, *National Sales Section*, dan *VM & Brand Development Section*. Berikut ini merupakan fungsi dan tanggung jawab dari bagian tersebut.

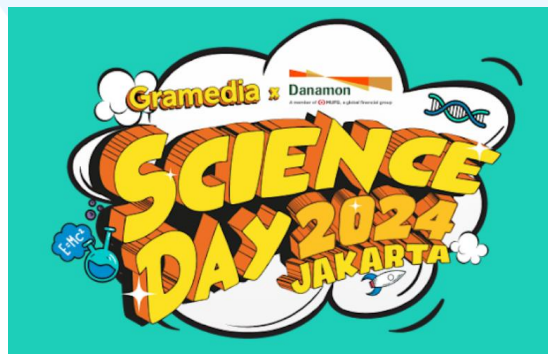
1. *Brand Activation & Partnership Section* bertanggung jawab dalam merancang dan mengelola berbagai kegiatan promosi serta kerja sama strategis dengan pihak eksternal untuk meningkatkan eksposur merek.
2. *National Sales Section* berfokus pada pengelolaan strategi penjualan dalam skala nasional guna memastikan target penjualan dapat tercapai secara optimal dengan melaksanakan program-program diskon dan promosi di Gramedia.
3. *VM & Brand Development Section* menangani *visual merchandising* serta pengembangan merek untuk menjaga identitas dan daya tarik visual toko Gramedia.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai salah satu perusahaan ritel dan penerbitan terbesar di Indonesia yang telah berdiri lebih dari 50 tahun, Gramedia memiliki portofolio bisnis yang luas. Dengan jangkauan yang luas dan inovasi yang terus berkembang, Gramedia berperan dalam mendukung literasi, pendidikan, serta pertumbuhan industri kreatif di Indonesia. Selain itu, Gramedia juga aktif dalam menyelenggarakan berbagai *event*, seperti pameran buku, festival literasi, serta program edukatif yang bertujuan untuk meningkatkan minat baca dan memperkuat komunitas literasi. Melalui berbagai inisiatif ini, Gramedia tidak hanya berkontribusi dalam dunia bisnis tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat.

1. Gramedia Science Day

Gramedia Science Day merupakan sebuah acara tahunan yang diselenggarakan Gramedia untuk mendorong minat anak-anak terhadap sains dan teknologi. Acara ini ditujukan kepada anak yang duduk di Sekolah Dasar kelas 4-6. Acara ini menghadirkan berbagai kegiatan seperti kompetisi sains, eksperimen sains, *talkshow* bersama ilmuwan, serta *workshop* yang dirancang untuk pembelajaran sains menjadi lebih menyenangkan dan mudah dipahami. Sebagai bagian dari komitmen Gramedia dalam mendukung literasi dan pendidikan, Gramedia Science Day juga menggandeng berbagai institusi pendidikan, komunitas, serta brand yang bergerak di bidang edukasi. Dengan tema yang berbeda setiap tahunnya, acara ini berhasil menarik partisipasi banyak siswa, guru, dan orang tua yang ingin memberikan pengalaman belajar yang lebih menyenangkan bagi anak-anak.



Gambar 2.6 Gramedia Science Day 2024
Sumber: <https://promo.gramedia.com/gramedia-science-day-2024/>

2. Semesta Buku

Semesta Buku merupakan sebuah acara pameran buku yang diselenggarakan untuk mendukung pertumbuhan literasi Indonesia dengan memberikan akses yang lebih luas terhadap buku-buku berkualitas. Pada tahun 2025, Semesta Buku diselenggarakan di berbagai wilayah mulai dari barat hingga timur Indonesia. Pada pameran ini, pelanggan dapat memperoleh produk-produk Gramedia seperti buku, alat tulis, dan produk non-buku dengan harga yang terjangkau dan berbagai diskon.



Gambar 2.7 Semesta Buku 2025

Sumber: <https://batam.tribunnews.com/2025/01/23/...>

3. Gramedia Writers & Readers Forum (GWRF)

merupakan salah satu acara tahunan yang diselenggarakan oleh Gramedia sebagai wadah bagi para penulis, pembaca, serta pelaku industri buku untuk saling berinteraksi dan bertukar wawasan. Acara ini menghadirkan berbagai diskusi panel, lokakarya, serta sesi temu penulis yang membahas beragam topik seputar literasi, kepenulisan, hingga tren industri penerbitan. Melalui GWRF, Gramedia tidak hanya memberikan ruang bagi para penulis untuk berbagi pengalaman, tetapi juga mendorong minat baca dan menumbuhkan apresiasi terhadap karya sastra di Indonesia.



Gambar 2.8 Gramedia Writers & Readers Forum

Sumber: <https://www.facebook.com/gwrf.id/>

Selain acara yang dijabarkan di atas, Gramedia mengadakan berbagai program dan inisiatif lain yang berkontribusi dalam pengembangan literasi, pendidikan, dan industri kreatif di Indonesia seperti lomba-lomba mewarnai, Gramedia Reading Comunity, Gramedia Reading Habit Campaign, dan berbagai *workshop* serta pelatihan literasi digital.

Sebagai bentuk komitmen Gramedia dalam mendukung literasi dan industri kreatif, berbagai inisiatif yang telah dijalankan tidak hanya mendapat respons positif dari masyarakat tetapi juga memperoleh sejumlah penghargaan. Penghargaan-penghargaan ini menjadi bukti atas kontribusi Gramedia dalam dunia pendidikan, literasi, dan ritel di Indonesia.

1. *Best Industry Marketing Champion* untuk kategori Retail pada acara 11th Annual Markplus Conference pada tahun 2016 (Kompas, 2016).
2. Penghargaan literasi pada Festival Literasi Indonesia di Hari Aksara Internasional (HAI) ke-54 pada tahun 2019 (Antara, 2019).
3. Penghargaan Buku Sastra Pilihan Tempo 2023 kategori Prosa.
4. Penghargaan Buku Terbaik 2024 pada kategori Ketahanan Pangan.

