

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1. Logo Kompas Gramedia

Kompas Gramedia merupakan perusahaan multi-industri yang telah menghadirkan produk-produk informatif dan edukatif sejak tahun 1963. Delapan pilar utama dalam lini bisnisnya menjadi bukti bahwa Kompas Gramedia terus berkembang dan beradaptasi seiring waktu. Pilar-pilar tersebut mencakup media, ritel dan penerbitan, perhotelan, manufaktur, penyelenggaraan acara, pendidikan, properti, serta digital.

Semua berawal dari lahirnya *Majalah Intisari* pada 17 Agustus 1963. Perusahaan ini didirikan oleh P.K. Ojong dan Jakob Oetama dengan tujuan menciptakan media yang berfokus pada ilmu pengetahuan dan perkembangan teknologi bagi masyarakat Indonesia. Mereka ingin memberikan wawasan serta memperluas pemikiran pembaca. Namun, mereka merasa bahwa majalah saja belum cukup untuk mewujudkan visi mereka. Oleh karena itu, mereka berkeinginan menghadirkan sesuatu yang lebih luas, terutama dalam hal pandangan politik dan nilai-nilai kemanusiaan.

Awalnya mereka tidak berniat meluncurkan surat kabar. Jakob Oetama dalam sebuah edisi koran yang terbit pada 2 Juni 1980 menyatakan bahwa situasi ekonomi, politik, dan infrastruktur pada masa itu kurang mendukung. Namun, mereka akhirnya sepakat dengan usulan Ahmad Yani, dengan syarat bahwa koran yang akan diterbitkan tidak menjadi corong partai politik, berdiri di atas semua golongan, bersifat umum, dan mencerminkan keberagaman Indonesia. Koran tersebut awalnya diberi nama Yayasan Bentara Rakyat, yang terinspirasi dari majalah *Bentara* yang populer di Flores, atau menurut Jakob, dari seorang penulis bernama Kansi Pari yang sering menulis di majalah tersebut.

Namun pada akhirnya, nama tersebut diubah menjadi *Kompas* atas saran Presiden Soekarno. Ia mengatakan, "Aku akan memberi nama yang lebih bagus.

Kompas. Tahu kan apa itu Kompas? Pemberi arah dan jalan dalam mengarungi lautan dan hutan rimba.” Jakob dan Ojong menyetujui perubahan nama tersebut di saat-saat terakhir, dan wartawan Edward Linggar menyesuaikan logo yang sebelumnya dibuat untuk Yayasan Bentara Rakyat menjadi logo *Kompas*. Akhirnya pada 28 Juni 1965, *Kompas* resmi diterbitkan sebagai surat kabar yang menjunjung tinggi etika jurnalistik dan nilai-nilai kemanusiaan.

Setelah itu, sejarah besar pun tercipta. Pada tahun 1970, toko Gramedia didirikan. Setahun kemudian pada 1971, percetakan Gramedia mulai beroperasi. Pada 1972, Radio Sonora lahir, diikuti oleh berdirinya Gramedia Pustaka Utama pada 1974. Pada 1978, *Kompas* sempat dibredel oleh pemerintah Orde Baru, tetapi pada 1980, surat kabar ini kembali terbit di bawah kepemimpinan Jakob Oetama. Hal ini terjadi karena idealisme P.K. Ojong yang menolak tunduk pada tekanan pemerintah [12].

Seiring waktu, Kompas Gramedia terus berkembang dengan mendirikan berbagai unit usaha, termasuk universitas, hotel, dan bisnis lainnya. Saat ini, delapan pilar utama telah menjadi fondasi Kompas Gramedia, yaitu:

1. **KG Media**



Gambar 2.2. Logo KG Media

KG Media menyediakan informasi yang akurat dan lengkap melalui berbagai platform, baik digital, cetak, maupun siaran. Konten yang ditawarkan meliputi berita dan hiburan dengan cakupan nasional dan internasional. Saat ini, terdapat lebih dari 150 merek media yang dirancang secara demografis untuk menarik minat audiens tertentu.[13] Gambar 2.2 menampilkan logo dari KG Media.

2. **KG Hospitality**

KG Hospitality mengelola jaringan hotel dengan sentuhan keramahan khas Indonesia. Hingga kini, telah berdiri lebih dari 115 jaringan hotel yang



Gambar 2.3. Logo KG Hospitality

tersebar di seluruh Indonesia. Merek-merek unggulannya mencakup Hotel Santika, The Kayana, Kampi Hotel, Amaris Hotel, The Anaya Beach Resort, dan The Samaya.[14] Lihat Gambar 2.3 untuk logo resminya.

3. **KG Education**



Gambar 2.4. Logo KG Education

KG Education merupakan bagian dari Kompas Gramedia yang berkontribusi dalam dunia pendidikan untuk membangun generasi muda Indonesia. Institusi ini telah mendirikan 1 universitas, 1 perguruan tinggi vokasi, 1 sekolah, dan 8 lembaga pelatihan. Programnya mencakup pelatihan profesional dan pengajaran pada tingkat sarjana maupun sekolah [15]. Logo KG Education dapat dilihat pada Gambar 2.4.

4. **KG Retail & Publishing**



Gambar 2.5. Logo KG Retail & Publishing

KG Retail & Publishing menyediakan literasi berkualitas bagi masyarakat Indonesia. Dengan 7 penerbit dan lebih dari 120 toko buku, produk literasi tersebar luas dan mudah diakses. Penerbitan mencakup komik, buku cerita, novel, buku pelajaran, dan berbagai produk informatif lainnya [16]. Logo ditampilkan pada Gambar 2.5.

5. **KG Manufacture**



Gambar 2.6. Logo KG Manufacture

KG Manufacture menyediakan layanan percetakan dan produksi kemasan yang digunakan oleh Kompas Gramedia maupun pihak eksternal. Layanan ini mendukung kebutuhan cetak berbagai media, produk retail, dan bahan promosi. Selain itu, KG Manufacture juga menyediakan layanan pengemasan dan distribusi melalui jasa kurir [17]. Logo ditampilkan pada Gambar 2.6.

6. **KG Event & Venue**



Gambar 2.7. Logo KG Event & Venue

KG Event & Venue menawarkan jasa profesional dalam penyelenggaraan acara dan pengelolaan lokasi acara (venue). Layanan ini mencakup penyediaan tempat, perencanaan acara, hingga penyewaan perlengkapan. Tujuannya adalah mendukung kelancaran acara dari berbagai skala [18]. Gambar 2.7 memperlihatkan logo event dan revenue.

7. **KG Property**



Gambar 2.8. Logo KG Property

KG Property mengelola dan mengembangkan properti strategis yang bermanfaat bagi masyarakat. Kegiatannya mencakup jual beli dan sewa properti, pengembangan proyek, serta manajemen konstruksi, dan properti. KG Property juga mendorong praktik pembangunan yang berkelanjutan dan ramah lingkungan [19]. Lihat Gambar 2.8 untuk logo KG Property.

8. KG Digital



Gambar 2.9. Logo KG Digital

KG Digital menghadirkan solusi digital inovatif untuk mendorong kemajuan Indonesia, sejalan dengan visi P.K. Ojong dan Jakob Oetama. Layanannya meliputi pengembangan e-commerce, sistem keanggotaan digital, dan platform inkubasi startup. Tujuannya adalah memberdayakan pelaku bisnis melalui teknologi [20]. Gambar 2.9 menampilkan logo dari KG Digital.

Dari sebuah majalah hingga menjadi perusahaan multi-industri, Kompas Gramedia terus beradaptasi dan berkembang demi memberikan kontribusi bagi masyarakat Indonesia.

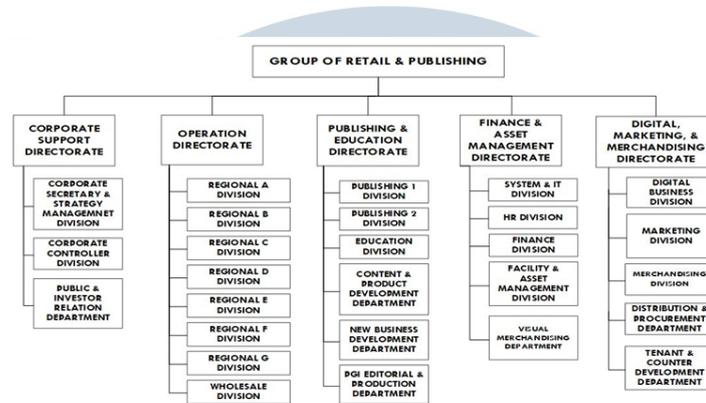
2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan Misi Kompas Gramedia telah menjadi bagian dari perjalanan sejak berdirinya *Majalah Intisari*. Visi tersebut mencerminkan semangat dan tujuan perusahaan untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi bagi masyarakat.

1. Visi

Menjadi perusahaan yang terbesar, terbaik, terpadu, dan tersebar di Asia Tenggara melalui usaha berbasis pengetahuan yang menciptakan masyarakat terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan, dan adil sejahtera.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.10. Struktur dari Grup Retail dan Publishing

Seperti dinyatakan sebelumnya, magang akan dilaksanakan di Kompas gramedia, khususnya di bagian Group of Retail & Publishing. Group of Retail & publishing memiliki 5 bagian, yaitu:

1. Corporate Support Directorate:

Merencanakan serta membuat strategi jangka panjang untuk mendukung pengembangan bisnis perusahaan serta memastikan berjalannya tata kelola perusahaan yang baik sehingga dapat membantu perusahaan dalam mencapai target yang telah ditentukan.

2. Operation Directorate:

Membuat, mengimplementasi, dan mengevaluasi strategi jangka panjang penjualan dan pemasaran produk melalui jalur store yang dikelola sendiri dan store yang tidak dikelola sendiri, serta mengusulkan peluang bisnis.

3. Publishing & Education Directorate:

Membuat, mengimplementasi, dan mengevaluasi strategi jangka panjang produksi buku dan program pendidikan (bahasa Inggris dan komputer) untuk mengoptimalkan penerbitan buku, baik cetak maupun e-book, khususnya buku best seller dan program pendidikan serta mengembangkan dan memaksimalkan potensi profit dari *Intellectual Property* (IP) yang dimiliki.

4. Finance and Asset Management Directorate:

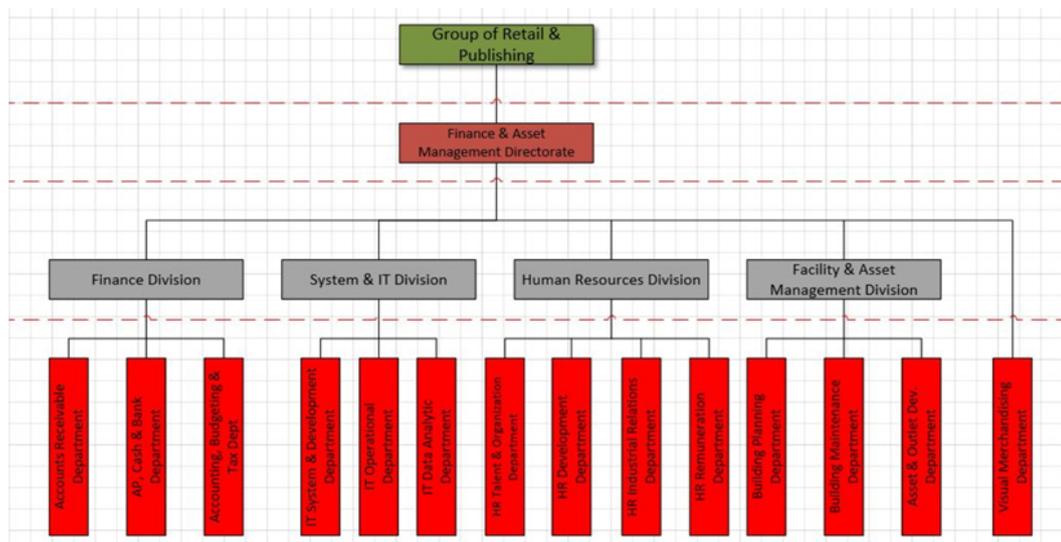
Membuat strategi jangka panjang untuk optimalisasi sumber daya yang ada

di perusahaan terkait pengembangan bisnis dan produk berbasis digital, pengelolaan keuangan, pengelolaan sistem informasi, pengelolaan SDM, serta tersedianya aset dan fasilitas yang mendukung pengembangan serta berjalannya bisnis.

5. Digital, Marketing, and Merchandising Directorate:

Membuat strategi jangka panjang terkait *Digital Marketing*, pembelian, *pricing strategy*, dan pemasaran produk melalui jalur toko yang dikelola sendiri dan kanal penjualan lain, pengelolaan distribusi dan persediaan barang, serta pengelolaan pelanggan.

Divisi akan dilanjutkan untuk dijelaskan adalah Finance and Asset Management Directorate sebab disitulah titik pokok dari magang tersebut.



Gambar 2.11. Struktur Finance dan Management Directorate

Magang di tempatkan di System & IT division (SIT) yang memiliki tujuan Melakukan perencanaan dan mengimplementasi kebijakan strategis terkait sistem dan IT, sistem manajemen serta prosedur operasi guna mencapai produktivitas, kualitas dan biaya operasional yang efisien sesuai target. Disini ada tiga bagian, yaitu:

1. IT System & Development Department:

Merekomendasikan solusi, melakukan pengembangan dan pemeliharaan sistem serta perangkat lunak untuk menjawab kebutuhan perusahaan.

Termasuk di dalamnya: analisis biaya, desain sistem, dan penjadwalan proyek pengerjaan perangkat lunak.

2. IT Operational Department:

Melakukan perencanaan dan memastikan implementasi sistem perangkat lunak berjalan dengan baik, serta mengelola pemeliharaan jaringan, server, database, dan perangkat keras agar dapat optimal dalam mendukung jalannya bisnis.

3. IT Data Analytics Department:

Melakukan pengumpulan, identifikasi, analisis, pengolahan, dan pengembangan data digital untuk memberikan rekomendasi dalam rangka mengembangkan atau menciptakan bisnis baru demi mencapai target laba perusahaan.

