

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Kompas Gramedia adalah salah satu perusahaan media terbesar dan paling berpengaruh di Indonesia yang telah berkembang pesat menjadi konglomerasi bisnis dengan beragam lini usaha yang mencakup penerbitan, percetakan, distribusi, digital, hingga hiburan. Berdiri pada 17 Agustus 1963, Kompas Gramedia dimulai dengan pendirian Majalah Intisari oleh P.K. Ojong dan Jakob Oetama, yang langsung mencatatkan dirinya sebagai salah satu majalah terkemuka di Indonesia pada masa itu. Intisari dikenal sebagai media yang menyajikan informasi yang mendalam dan akurat, serta diakui oleh banyak kalangan sebagai sumber rujukan bagi masyarakat Indonesia yang ingin mendapatkan informasi yang terpercaya.



Gambar 2.1. Logo Kompas Gramedia

Sumber : Dokumen perusahaan

Keberhasilan Majalah Intisari menjadi salah satu bukti kuat dari komitmen P.K. Ojong dan Jakob Oetama dalam menjalankan media yang profesional, berintegritas, dan relevan dengan perkembangan zaman. Pada 28 Juni 1965, Kompas Gramedia meluncurkan harian Kompas, yang tak lama setelah itu langsung menjelma menjadi salah satu surat kabar nasional terbesar dan paling berpengaruh di Indonesia. Nama "Kompas" sendiri diberikan langsung oleh Presiden Soekarno, yang memiliki makna simbolis sebagai penunjuk arah bagi masyarakat Indonesia, sebagai harapan bahwa surat kabar ini akan memberikan wawasan, pencerahan, serta pemahaman yang mendalam terhadap isu-isu sosial, politik, dan ekonomi yang berkembang di negara ini.

Dengan filosofi yang mendalam mengenai makna nama Kompas tersebut, Kompas Gramedia terus memperkuat posisi dan kontribusinya sebagai media yang dapat diandalkan. Dalam perkembangannya, perusahaan ini tidak hanya berfokus pada penerbitan majalah dan surat kabar, tetapi juga melakukan ekspansi ke berbagai sektor bisnis lainnya, termasuk media penyiaran, perhotelan, manufaktur, serta penyelenggaraan acara. Kompas Gramedia terus berupaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang, memberikan informasi yang berkualitas dan menghibur di berbagai platform.

Sebagai konglomerasi yang terus berkembang, Kompas Gramedia berhasil memperluas cakupannya secara signifikan ke berbagai sektor, mulai dari industri media cetak dan penyiaran hingga sektor digital dan hiburan. Keberhasilan ekspansi bisnis ini tercatat melalui pendirian berbagai unit bisnis yang kini menjadi pemain utama di industri masing-masing. Kompas, yang merupakan surat kabar nasional dengan sejarah panjang, terus menjadi pilar utama dari Kompas Gramedia, diikuti dengan Kompas TV yang menjadi stasiun televisi terkemuka di Indonesia. Di sektor radio, perusahaan ini juga memiliki Sonora, yang menjadi salah satu stasiun radio terbesar dan terpopuler di Indonesia.

Kompas Gramedia tidak hanya fokus pada sektor media tradisional, namun juga memperluas jangkauannya ke sektor digital yang berkembang pesat. Salah satu pencapaian signifikan dalam hal ini adalah peluncuran Kompas.com pada 1998. Kompas.com menjadi portal berita online yang kini menjadi salah satu situs berita terkemuka di Indonesia. Dalam menghadapi kemajuan teknologi digital, Kompas Gramedia terus berinovasi dengan menyediakan berbagai platform digital yang memudahkan akses informasi bagi masyarakat Indonesia. Selain itu, perusahaan ini juga meluncurkan Warta Kota pada 1999, yang menjadi sumber informasi penting bagi wilayah Jabodetabek, serta memperkenalkan Kompas TV pada 2009, yang menawarkan saluran televisi berbasis informasi dan edukasi.

Pada tahun 1970, Kompas Gramedia mendirikan Toko Gramedia yang kini dikenal sebagai salah satu jaringan toko buku terbesar di Indonesia. Toko Gramedia

menjadi tempat favorit bagi para pembaca untuk mendapatkan berbagai macam buku, mulai dari karya sastra hingga buku-buku ilmiah dan referensi lainnya. Pada 1971, perusahaan ini memperkenalkan Percetakan Gramedia yang kini menjadi salah satu perusahaan percetakan terkemuka di Indonesia. Percetakan ini tidak hanya melayani kebutuhan penerbitan internal Kompas Gramedia, tetapi juga menjadi pemain utama dalam industri percetakan nasional.

Selain itu, Kompas Gramedia juga memiliki Dyandra Promosindo, sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penyelenggaraan acara dan pameran. Dyandra Promosindo telah banyak berperan dalam menyelenggarakan berbagai pameran industri, konferensi, dan acara berskala besar di Indonesia, sehingga memberikan kontribusi signifikan bagi perkembangan industri event dan pameran. Tidak hanya itu, Kompas Gramedia juga berinvestasi di sektor manufaktur dengan mendirikan Graha Bumi Hijau pada tahun 1987, yang dikenal sebagai produsen kertas tisu dengan merek dagang Tessa. Graha Bumi Hijau turut berperan dalam memenuhi kebutuhan produk kertas di Indonesia dan menjadi salah satu pemain utama di sektor manufaktur.

Perusahaan ini semakin memperkuat posisinya melalui peluncuran beberapa unit bisnis. Pada tahun 1981, Kompas Gramedia meluncurkan Grahawita Santika, yang berkembang menjadi jaringan hotel ternama di Indonesia. Jaringan hotel ini dikenal dengan layanan berkualitas tinggi dan fasilitas yang memadai, memberikan kenyamanan bagi para tamu yang menginap di berbagai kota besar di Indonesia. Dengan memperkenalkan berbagai produk dan layanan baru, Kompas Gramedia berhasil memperluas cakupannya ke sektor perhotelan, yang menjadi salah satu pilar penting dalam strategi diversifikasi perusahaan.

Pada tahun 1987, Kompas Gramedia merambah ke sektor media cetak lokal dengan pendirian Sriwijaya Pos, surat kabar lokal yang dikenal di kawasan Sumatera. Dengan langkah ini, perusahaan semakin memperluas pengaruhnya dalam dunia media cetak, baik secara nasional maupun regional. Pada tahun 1996, Kompas Gramedia meluncurkan Kontan, sebuah media ekonomi yang memberikan

informasi terkait dunia bisnis dan industri keuangan Indonesia. Dengan hadirnya Kontan, Kompas Gramedia semakin mengukuhkan dirinya sebagai perusahaan media yang mampu menyediakan informasi terlengkap dan terpercaya di berbagai sektor.

Pada tahun 1978 perusahaan ini menghadapi tantangan besar ketika pemerintah Orde Baru melakukan pembredelan terhadap beberapa media massa, termasuk Kompas, yang sempat terhenti untuk beberapa waktu. Meskipun demikian, Kompas Gramedia berhasil bangkit kembali pada tahun 1980, berkat integritas dan komitmennya dalam menyajikan informasi yang objektif dan akurat. Sejak saat itu, Kompas Gramedia terus melanjutkan perjalanannya, mengedepankan prinsip-prinsip etika jurnalistik yang tinggi dan menjaga reputasi sebagai media yang dapat dipercaya oleh masyarakat.

Dalam menghadapi era digital yang semakin maju, Kompas Gramedia menunjukkan kemampuannya beradaptasi dengan cepat. Peluncuran berbagai platform digital, seperti Kompas.com dan Kompas TV, adalah bagian dari strategi perusahaan untuk tetap relevan dan bersaing di dunia media yang semakin kompetitif. Kompas Gramedia juga menunjukkan komitmen besar terhadap pendidikan dengan mendirikan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) pada tahun 2005. UMN kini menjadi salah satu universitas terkemuka di Indonesia yang mengkhususkan diri dalam bidang multimedia, teknologi informasi, dan komunikasi.

Kompas Gramedia juga berperan besar dalam perkembangan industri kreatif di Indonesia, salah satunya melalui penyelenggaraan berbagai acara dan pameran yang melibatkan berbagai sektor industri, seperti teknologi, hiburan, pendidikan, dan ekonomi. Dyandra Promosindo, yang merupakan anak perusahaan dari Kompas Gramedia, menjadi salah satu pemain utama dalam penyelenggaraan acara dan pameran besar di Indonesia. Kompas Gramedia terus mendukung perkembangan industri kreatif di Indonesia dengan menjadi wadah bagi pertumbuhan bisnis di sektor tersebut.

Kompas Gramedia telah menunjukkan pencapaian yang signifikan dalam dunia usaha nasional. Tidak hanya dikenal sebagai perusahaan media terbesar di Indonesia, tetapi juga berkembang menjadi salah satu kelompok usaha dengan pengaruh yang luas di berbagai sektor. Kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi serta menyesuaikan diri terhadap dinamika industri menjadikannya tetap berada di posisi strategis, terutama dalam bidang media, hiburan, dan pendidikan. Komitmen terhadap kualitas, integritas, dan pelayanan yang unggul menjadikan Kompas Gramedia sebagai representasi keberhasilan dalam pengelolaan kelompok usaha di Indonesia.

Kompas Gramedia telah menjadi simbol keberhasilan dalam menjalankan bisnis dengan etika tinggi dan integritas. Keberagaman sektor yang dikelola, ditambah dengan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan zaman, menjadikan Kompas Gramedia sebagai salah satu pilar utama dalam industri media dan bisnis di Indonesia. Dalam menghadapi tantangan di masa depan, Kompas Gramedia terus memperkuat komitmennya untuk berkontribusi pada perkembangan masyarakat Indonesia, dengan menciptakan produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan dunia yang terus berkembang.

Sebagai sebuah konglomerasi besar, Kompas Gramedia tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga menunjukkan tanggung jawab sosial yang besar dengan mendukung berbagai program sosial, pendidikan, dan budaya. Ini menunjukkan bahwa Kompas Gramedia adalah sebuah perusahaan yang tidak hanya memikirkan kemajuan bisnis, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi pembangunan masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

2.1.1 Visi Misi

Setiap perusahaan, dalam perjalanan dan perkembangannya, tentu memiliki visi dan misi yang menjadi landasan utama dalam mencapai tujuan serta bertahan dalam ketatnya persaingan bisnis yang ada. Visi dan misi ini bukan hanya sekadar kalimat yang tertulis, namun menjadi pedoman dalam setiap pengambilan keputusan dan strategi yang diterapkan dalam perusahaan tersebut. Begitu juga dengan Kompas

Gramedia, yang sejak awal pendiriannya memiliki visi dan misi yang jelas serta relevan dengan tujuan perusahaan untuk berkembang dan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan bangsa.



Gambar 2.2. Visi Misi

Sumber : Dokumen perusahaan

Kompas Gramedia memiliki visi, yaitu "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." Visi ini menggambarkan cita-cita perusahaan untuk menjadi pemimpin di industri media dan pengetahuan di Asia Tenggara. Visi ini menekankan pentingnya tidak hanya ukuran dan kualitas perusahaan, tetapi juga dampaknya terhadap masyarakat yang terdidik, tercerahkan, dan menghargai keberagaman.

Misi Kompas Gramedia berfokus pada pengembangan perusahaan yang tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memberikan kontribusi sosial yang signifikan. Perusahaan ini menjadikan usaha berbasis pengetahuan sebagai inti dari misinya, dengan tujuan membangun masyarakat yang lebih cerdas dan sejahtera. Selain itu, misi ini juga menekankan nilai-nilai kebhinekaan, sehingga Kompas Gramedia berperan aktif dalam mendorong terciptanya keadilan dan kesejahteraan bagi masyarakat luas.

Melalui visi dan misi ini, Kompas Gramedia berupaya memberikan produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat serta beradaptasi dengan perubahan zaman, khususnya dalam hal transformasi digital. Visi dan misi ini tidak hanya menjadi pedoman bagi pertumbuhan perusahaan, tetapi juga sebagai acuan dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan kontribusi yang lebih besar terhadap perkembangan Indonesia dan kawasan Asia Tenggara.

2.1.2 Sistem Nilai

Sistem nilai berfungsi sebagai kerangka yang memberikan makna yang mendalam terkait dengan eksistensi, kebermaknaan, dan kebanggaan, baik dalam konteks pribadi maupun kelembagaan. Sistem ini tidak hanya memberi arah bagi tindakan yang diambil, tetapi juga mendefinisikan apa yang dianggap sebagai kesuksesan, baik secara individu maupun organisasi.

Bagi Kompas Gramedia, sistem nilai yang terdiri dari falsafah dan nilai-nilai keutamaan memiliki peran yang sangat penting sebagai landasan utama. Nilai-nilai ini menjadi dasar dalam perumusan berbagai sistem, prinsip dasar, prosedur, kebijakan, serta perilaku kerja yang harus diikuti oleh seluruh karyawan di perusahaan, untuk memastikan bahwa seluruh aspek operasional selaras dengan tujuan dan visi organisasi.

2.1.3 Falsafah Perusahaan

Falsafah perusahaan merupakan pandangan hidup yang dianut oleh Kompas Gramedia, yang diwariskan oleh pendiri perusahaan yaitu P.K. Ojong (alm) dan Jakob Oetama, dan sekarang menjadi landasan bagi seluruh aturan, etika dan kebijakan perusahaan, serta landasan bagi karyawan dalam melakukan setiap pekerjaannya.

Falsafah yang dianut oleh Kompas Gramedia prinsip *Humanisme Transendental*, yang mengedepankan kemanusiaan yang beriman. Prinsip ini memiliki tiga pilar utama, yaitu:

1. Penghormatan terhadap Martabat Manusia Kompas Gramedia berkomitmen untuk menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia dengan mengedepankan prinsip keadilan. Hal ini tercermin dalam sikap menghormati perbedaan budaya, golongan, ras, suku, gender, dan agama. Perusahaan berperan sebagai pengingat bagi pihak yang berada dalam posisi mapan, sekaligus menjadi penghibur bagi mereka yang kurang beruntung.
2. Peran dalam Transformasi Kompas Gramedia berusaha menjadi perintis dalam mencerahkan kehidupan bangsa melalui partisipasi aktif dalam pembangunan bangsa. Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial, yang diwujudkan dengan menggunakan sebagian dari keuntungannya untuk kegiatan sosial bagi masyarakat.
3. Kekuatan Perusahaan Kompas Gramedia dirancang untuk menjadi perusahaan yang mampu bertahan melampaui generasi. Perusahaan ini dibangun bukan hanya atas dasar kekuatan modal, tetapi juga atas dasar kesamaan visi dan semangat. Pengelolaan perusahaan dilakukan dengan prinsip profesionalisme dan etika kerja yang baik, serta menjadikan karyawan sebagai aset utama yang harus terus dikembangkan.

2.1.4 Nilai Keutamaan Perusahaan (5C)

Kompas Gramedia mengadopsi lima nilai keutamaan yang dikenal dengan istilah 5C, yaitu *Caring*, *Credible*, *Competent*, *Competitive*, dan *Customer Delight*. Kelima nilai ini menjadi pedoman bagi seluruh karyawan dalam bersikap dan bertindak.

1. *Caring* (Kepedulian)

Nilai ini mengacu pada prinsip Humanisme Transendental, yang menekankan kepedulian terhadap sesama, pekerjaan, dan lingkungan. Karyawan diharapkan untuk menunjukkan empati, bersikap toleran, dan membantu tanpa pamrih. Pada tingkat pekerjaan, karyawan diharapkan disiplin, efisien, dan peduli terhadap rekan kerja.

2. *Credible* (Dapat Dipercaya)

Nilai ini menekankan pentingnya integritas, kejujuran, dan loyalitas. Karyawan diharapkan untuk memiliki tanggung jawab, berkomitmen, dan menjalankan tugas dengan etika profesional. Perusahaan mendorong penerapan tata kelola yang baik dan penegakan disiplin.

3. *Competent* (Kompeten)

Nilai ini menekankan pentingnya pengembangan keterampilan dan pengetahuan. Karyawan didorong untuk bekerja secara profesional, belajar secara terus-menerus, dan menguasai bidang pekerjaannya. Prinsip kerja cerdas dan kolaboratif menjadi landasan dalam mencapai hasil terbaik.

4. *Competitive* (Kompetitif)

Nilai ini menekankan pentingnya keberanian menghadapi tantangan dan kemampuan untuk beradaptasi. Karyawan diharapkan memiliki sikap proaktif, inovatif, dan responsif dalam menghadapi *dinamika pasar*.

5. *Customer Delight* (Kepuasan Pelanggan)

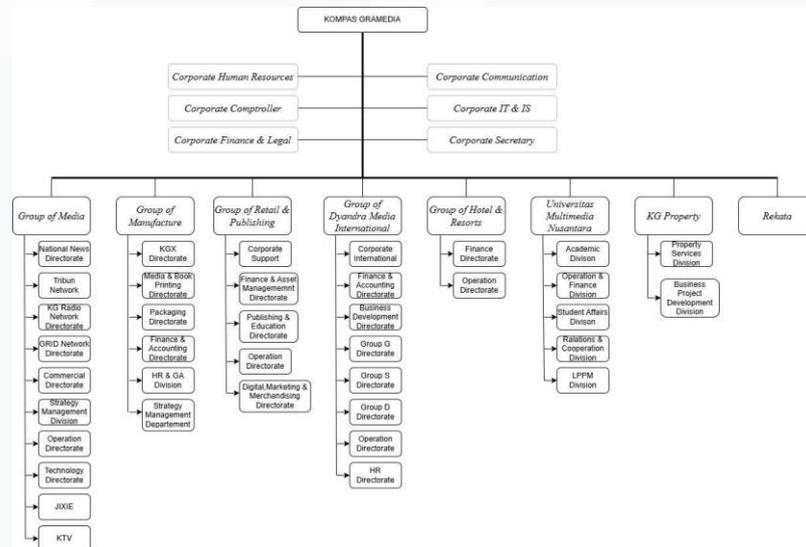
Nilai ini berfokus pada upaya memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan. Karyawan diharapkan memahami kebutuhan pelanggan, memberikan solusi yang relevan, serta terus meningkatkan kualitas layanan.

Keseluruhan nilai keutamaan ini digambarkan melalui metafora Pohon Kehidupan, dengan akar sebagai simbol nilai-nilai *Caring* dan *Credible*, serta batang, ranting, dan daun sebagai simbol *Competent*, *Competitive*, dan *Customer Delight*. Filosofi ini dirumuskan untuk mencapai tujuan pencerahan kehidupan bangsa dengan tagline "*ENLIGHTENING PEOPLE*."

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Kompas Gramedia memiliki struktur organisasi yang terbagi ke dalam tiga unit utama, yaitu *Functional Unit*, *Business Unit*, dan *Business Group Unit*. Masing-masing unit memiliki tanggung jawab yang terdefinisi dengan jelas untuk

mendukung kelancaran operasional perusahaan. Pembagian struktur ini dirancang agar seluruh kegiatan bisnis dapat dijalankan secara efisien serta memberikan batas tugas dan tanggung jawab yang terukur di setiap lini kerja.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber : Dokumen perusahaan

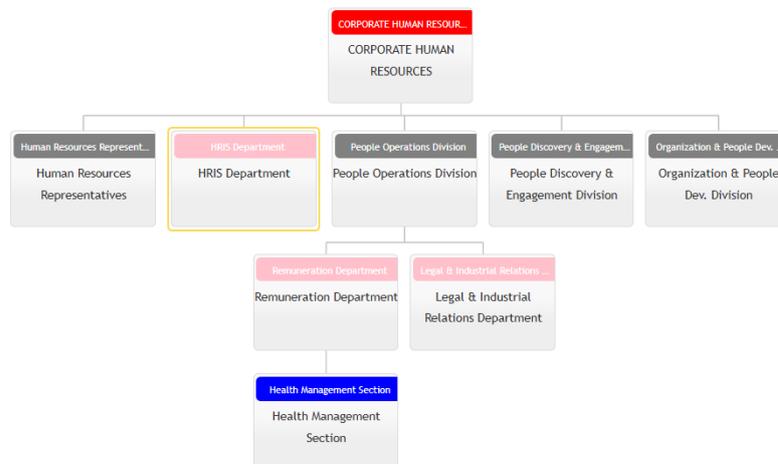
1. *Functional Unit* berperan dalam memberikan dukungan strategis kepada *Business Unit* dan *Business Group Unit*. Unit ini terdiri atas beberapa divisi yang menjalankan fungsi inti korporasi, meliputi:
 1. *Corporate Communication*, yang menangani komunikasi internal dan eksternal, termasuk manajemen reputasi dan relasi media.
 2. *Corporate Human Resources (CHR)*, yang bertugas mengelola proses rekrutmen, pengembangan sumber daya manusia, dan evaluasi kinerja karyawan.
 3. *Corporate Comptroller*, yang bertanggung jawab atas pengendalian keuangan, pelaporan, dan analisis anggaran.
 4. *Corporate IT & IS*, yang mengelola sistem informasi serta infrastruktur teknologi informasi yang digunakan di perusahaan.
 5. *Corporate Finance & Legal*, yang mengatur perencanaan anggaran, mitigasi risiko, serta aspek hukum perusahaan.

6. *Corporate Secretary*, yang menjalankan fungsi administratif dan memastikan tata kelola perusahaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. *Business Unit* mencakup berbagai satuan operasional yang memiliki fokus pada bidang industri tertentu. Unit ini bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan operasional harian serta berkontribusi terhadap pendapatan perusahaan. Beberapa Business Unit di bawah Kompas Gramedia antara lain:
 1. Universitas Multimedia Nusantara, institusi pendidikan tinggi yang berfokus pada teknologi, komunikasi, dan desain.
 2. *KG Property*, yang bergerak di bidang properti dan pengembangan kawasan komersial.
 3. Rekata, yang mengembangkan solusi teknologi digital untuk berbagai kebutuhan bisnis.
3. *Business Group Unit* bertanggung jawab atas pengelolaan portofolio bisnis yang tersebar dalam berbagai sektor. Tujuan dari unit ini adalah menciptakan sinergi antar divisi yang berada dalam sektor yang saling berkaitan. Business Group Unit Kompas Gramedia meliputi:
 1. *Group of Media*, yang mencakup media cetak, digital, dan penyiaran, seperti Harian Kompas, Kompas TV, dan Sonora.
 2. *Group of Manufacture*, yang fokus pada produksi barang seperti produk tisu bermerek Tessa.
 3. *Group of Retail & Publishing*, yang menjalankan kegiatan ritel dan penerbitan, termasuk Gramedia dan Gramedia Pustaka Utama.
 4. *Group of Dyandra Media International*, yang menyelenggarakan berbagai kegiatan pameran dan event industri.

5. *Group of Hospitality*, yang mengelola jaringan hotel seperti Santika Indonesia *Hotels & Resorts*.

Kegiatan magang dilaksanakan pada salah satu unit fungsional, yaitu *Corporate Human Resources (CHR)*, khususnya di Departemen *Human Resource Information System (HRIS)*. Unit CHR berada di bawah kepemimpinan Bapak B. Sigit Suryanto selaku Direktur CHR, yang bertanggung jawab dalam pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia di Kompas Gramedia.

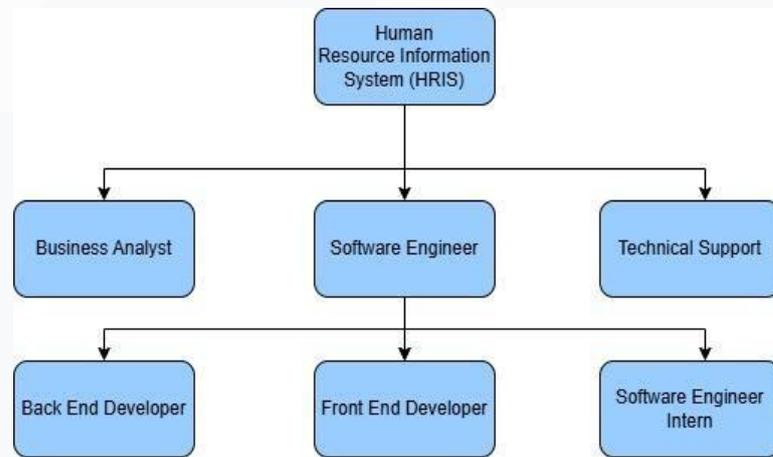
Tanggung jawab CHR mencakup pengelolaan sumber daya manusia melalui penerapan sistem manajemen yang terstruktur. Tujuan utama pengelolaan ini adalah menciptakan tempat kerja yang kondusif sekaligus mendorong peningkatan produktivitas karyawan. Struktur organisasi dari unit *Corporate Human Resources (CHR)* dijelaskan pada bagian berikut.



Gambar 2.4 Struktur organisasi CHR
Sumber : Dokumen perusahaan

Departemen HRIS, yang berada di bawah kepemimpinan FX. Endri Harmanto selaku HRIS Manager, bertanggung jawab dalam pengembangan, pengelolaan, serta penyediaan dukungan terhadap kebutuhan sistem informasi yang digunakan oleh CHR. Departemen ini mendukung berbagai divisi di bawah CHR, antara lain *People Discovery & Engagement Division*, *Organization & People*

Development Division, serta *People Operations Division*. Struktur organisasi Departemen HRIS dilampirkan sebagai berikut.



Gambar 2.5 Struktur organisasi departement
Sumber : Dokumen perusahaan

Departemen HRIS terdiri atas tiga tim utama, yaitu:

1. Tim *Business Analyst*

Terdiri dari dua personel, tim ini bertugas melakukan analisis proses bisnis dan pengujian sistem terhadap aplikasi yang sedang dikembangkan.

2. Tim *Software Engineer*

Terdiri dari delapan anggota, termasuk satu *Senior Software Engineer* sebagai koordinator. Di dalam tim ini terdapat satu *Back End Developer* yang fokus pada pengembangan sistem ERP berbasis Odoo dan API, serta satu *Front End Developer* yang menangani antarmuka pengguna dan supervisi kerja *intern*. Tim ini juga diperkuat oleh lima *Software Engineer Intern* yang masing-masing mengerjakan proyek berbeda.

3. Tim *Technical Support*

Beranggotakan satu personel yang memiliki tanggung jawab utama dalam menangani kebutuhan teknis dan menyelesaikan isu-isu sistem yang terjadi pada unit CHR lainnya.