

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat Terbentuknya PT. PERIPLUS BOOKINDO

PT Periplus Bookindo pertama kali berdiri pada tahun 1985 dengan niat untuk menyediakan buku dan majalah impor berkualitas tinggi kepada masyarakat Indonesia. Sejak awal pendiriannya, Periplus telah menunjukkan perkembangan yang luar biasa dalam dunia ritel buku, dengan memperluas jangkauan bisnisnya ke lebih dari 56 gerai fisik yang tersebar di lokasi-lokasi strategis di seluruh penjuru Indonesia.

Jaringan toko Periplus mencakup wilayah dari Pulau Jawa hingga Kalimantan, termasuk kehadiran yang kuat di berbagai kota besar seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Solo, Surabaya, Jogjakarta, Bali, Balikpapan, Lombok, hingga Labuan Bajo. Pemilihan lokasi cabang sangat selektif, dengan fokus utama pada tempat-tempat yang memiliki potensi tinggi, seperti pusat perbelanjaan (mall), bandara internasional, dan daerah wisata yang ramai dikunjungi turis. Hal ini dilakukan karena Periplus menargetkan segmen pasar menengah ke atas, yang memiliki minat tinggi terhadap produk bacaan internasional yang eksklusif dan up-to-date.

Dengan komitmen kuat dalam menyediakan akses terhadap literatur global berkualitas premium, Periplus berupaya menjadi pilihan utama bagi para pencinta buku di Indonesia yang menginginkan koleksi bacaan berstandar internasional. Buku-buku yang ditawarkan mencakup berbagai genre, dari fiksi, nonfiksi, hingga referensi dan buku anak-anak.

Periplus sendiri merupakan bagian dari Periplus Holdings, sebuah perusahaan induk yang juga terlibat dalam penerbitan dan distribusi buku di

berbagai negara, seperti Amerika Serikat, Hong Kong, Jepang, dan Singapura. Periplus Holdings dimiliki oleh Eric Oey, seorang tokoh penting di dunia penerbitan, yang juga mendirikan Berkeley Books Singapore dan Periplus Editions. Eric Oey merupakan keponakan dari Charles E. Tuttle, pendiri dari Tuttle Publishing, sebuah penerbit terkenal yang fokus pada literatur Asia dan budaya Timur. Pada tahun 1996, setelah wafatnya Charles E. Tuttle, Eric Oey mengambil alih Tuttle Publishing sebagai bentuk kelanjutan warisan keluarga dalam dunia literasi.

Selain mengelola toko buku ritel, Periplus juga memiliki divisi distribusi yang sebelumnya dikenal dengan nama PT Java Books Indonesia. Divisi ini memainkan peran penting dalam menjalin kerja sama dengan berbagai penerbit ternama dari dalam dan luar negeri untuk memperluas distribusi buku-buku mereka di pasar Indonesia. Buku-buku yang tersedia di toko Periplus meliputi terbitan dari Periplus Editions (berbasis di Hong Kong) dan Tuttle Publishing (yang beroperasi di Amerika Serikat, Jepang, dan Singapura), serta dari penerbit-penerbit internasional terkemuka seperti Penguin Random House, Simon & Schuster, HarperCollins, dan banyak lagi.

Dengan latar belakang yang kuat dan jaringan global yang luas, Periplus tidak hanya berperan sebagai toko buku, tetapi juga sebagai jembatan literasi global, yang membawa wawasan dunia kepada para pembaca Indonesia.

2.1.2 Visi Misi

VISI PERIPLUS:

"Menedepankan literasi dan warisan budaya"

MISI PERIPLUS:

- Mengkurasi literatur internasional yang berkualitas baik klasik maupun populer

- Menjunjung tinggi asas kepercayaan terhadap penulis, penerbit, dan pelanggan dengan terus-menerus membangun budaya inovasi yang ramah lingkungan
- Terlibat aktif memajukan kegiatan literasi yang menunjang pendidikan serta menjaga kelestarian budaya Indonesia

2.1.3 Logo Perusahaan



PERIPLUS

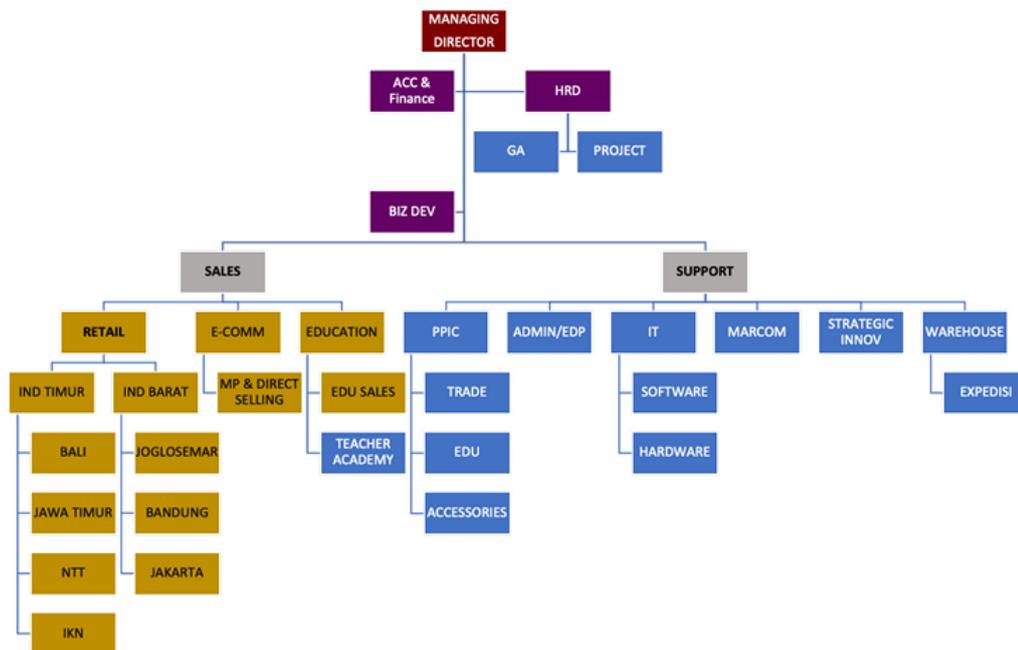
Gambar 1 Logo Periplus

Logo Periplus secara visual menampilkan kesan yang bersih, profesional, dan elegan. Umumnya, logo ini terdiri dari huruf kapital "PERIPLUS" dengan penggunaan font yang tegas dan sederhana, mencerminkan kesan profesionalisme dan kredibilitas sebagai toko buku internasional. Warna yang digunakan dalam logo biasanya hitam atau putih, tergantung pada latar belakang media penempatannya, yang memperkuat citra elegan dan berwibawa. Pada beberapa versi, terutama untuk aplikasi atau promosi digital, logo Periplus juga disertai ikon berbentuk buku terbuka atau lembaran yang menyerupai halaman, sebagai simbol dari dunia literasi yang luas dan terbuka bagi semua orang.

Secara simbolik, nama "Periplus" sendiri berasal dari bahasa Yunani kuno yang berarti "navigasi keliling" atau "catatan perjalanan laut", yang secara filosofis mencerminkan visi perusahaan untuk membawa pembaca menjelajahi dunia melalui buku-buku berkualitas. Font yang bersih dan tegas digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai seperti keandalan dan profesionalitas. Sementara itu, simbol buku terbuka yang terkadang muncul dalam elemen visual mereka merepresentasikan keterbukaan terhadap ilmu pengetahuan, inspirasi, dan petualangan literasi. Gaya desain yang minimalis memperkuat pesan inti Periplus

sebagai penyedia literatur premium, dengan fokus utama pada esensi: buku, bacaan, dan akses terhadap pengetahuan global.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2 Struktur Organisasi Periplus

1. Managing Director

Managing Director merupakan pemegang peranan tertinggi dalam struktur organisasi PT Periplus Bookindo. Ia bertanggung jawab atas keseluruhan arah dan strategi perusahaan, mulai dari penetapan visi dan misi, hingga pelaksanaan kebijakan yang memastikan perusahaan bergerak secara konsisten menuju tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Sebagai pemimpin strategis, Managing Director harus mampu menerjemahkan tantangan pasar dan dinamika industri menjadi langkah-langkah konkret yang dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan perusahaan.

Dalam menjalankan tugasnya, Managing Director merancang strategi bisnis yang mencakup berbagai aspek, seperti ekspansi pasar, pengembangan produk, digitalisasi operasional, serta peningkatan efisiensi dan kualitas pelayanan. Ia juga bertanggung jawab dalam memastikan bahwa seluruh kebijakan yang diambil telah mempertimbangkan kondisi internal perusahaan, tren eksternal, serta risiko bisnis yang mungkin timbul. Dengan demikian, peran ini membutuhkan kemampuan analisis, kepemimpinan, dan pengambilan keputusan yang kuat.

Selain aspek perencanaan strategis, Managing Director juga mengoordinasikan kerja lintas divisi dan menjamin sinergi antar bagian perusahaan. Ia memberikan arahan kepada para manajer divisi seperti ACC & Finance, HRD, Business Development, Sales, dan Support agar pelaksanaan kegiatan operasional berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Dengan memantau kinerja divisi-divisi ini secara berkala, Managing Director dapat memastikan bahwa semua elemen perusahaan saling mendukung dan berkontribusi terhadap pencapaian target korporat.

Di sisi eksternal, Managing Director berperan sebagai representasi utama perusahaan dalam menjalin hubungan strategis dengan mitra bisnis, investor, lembaga pemerintahan, hingga komunitas publik. Ia bertanggung jawab membangun citra positif perusahaan di mata pemangku kepentingan dan menjalin komunikasi yang produktif untuk mendukung kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang. Dengan peran yang sangat kompleks dan menyeluruh, Managing Director menjadi figur sentral yang menentukan arah keberhasilan perusahaan secara keseluruhan.

2. Divisi ACC & Finance

Divisi Accounting & Finance merupakan salah satu pilar penting dalam struktur organisasi PT Periplus Bookindo yang bertanggung jawab penuh atas pengelolaan keuangan perusahaan secara menyeluruh. Divisi ini memiliki peran utama dalam menjaga stabilitas finansial perusahaan melalui penyusunan anggaran

tahunan yang terencana dan realistis. Penyusunan anggaran ini dilakukan berdasarkan evaluasi performa keuangan sebelumnya dan proyeksi aktivitas bisnis di masa mendatang, sehingga perusahaan dapat menjalankan operasionalnya secara efisien dan terukur.

Salah satu tugas harian divisi ini adalah melakukan pencatatan transaksi keuangan yang mencakup pemasukan dan pengeluaran perusahaan, baik yang bersifat operasional maupun non-operasional. Catatan keuangan tersebut disusun dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum dan dikelola secara sistematis untuk memudahkan proses audit serta pelaporan internal maupun eksternal. Divisi ini juga menyusun laporan keuangan berkala, seperti laporan bulanan, triwulanan, dan tahunan yang digunakan oleh berbagai pihak untuk menilai kesehatan keuangan perusahaan.

Tanggung jawab lain dari divisi ini adalah memastikan kepatuhan perusahaan terhadap ketentuan perpajakan yang berlaku. Mereka mengelola dan menghitung pajak perusahaan, menyusun dokumen pelaporan pajak bulanan hingga tahunan, serta memastikan pembayaran pajak dilakukan tepat waktu guna menghindari sanksi atau denda dari otoritas pajak. Divisi ini juga menangani proses audit internal untuk mengontrol keakuratan data keuangan, serta melakukan rekonsiliasi bank guna mencocokkan transaksi dalam laporan dengan mutasi rekening perusahaan.

Selain itu, tim Accounting & Finance juga berperan penting dalam menyediakan data strategis seperti laporan laba rugi dan neraca keuangan. Informasi ini menjadi dasar utama bagi manajemen puncak dalam mengambil keputusan jangka pendek maupun jangka panjang, seperti kebijakan investasi, pengendalian biaya, serta strategi ekspansi usaha. Dengan tanggung jawab yang kompleks dan berdampak besar terhadap arah bisnis, divisi ini dituntut untuk bekerja secara teliti, transparan, dan profesional dalam setiap proses yang dijalankannya.

3. Divisi HRD (Human Resources Department)

Divisi Human Resources Department (HRD) di PT Periplus Bookindo memiliki peran vital dalam mengelola seluruh aspek yang berkaitan dengan sumber daya manusia. HRD tidak hanya bertugas mencari dan menyeleksi tenaga kerja yang kompeten, tetapi juga memastikan bahwa seluruh proses pengelolaan karyawan berjalan efektif dan sesuai dengan kebutuhan strategis perusahaan. Proses dimulai dari perencanaan kebutuhan tenaga kerja, di mana HRD mengidentifikasi posisi yang diperlukan, lalu dilanjutkan dengan proses rekrutmen, wawancara, dan seleksi kandidat secara objektif. Setelah kandidat terpilih, HRD juga melaksanakan proses onboarding agar karyawan baru dapat cepat beradaptasi dengan budaya dan sistem kerja perusahaan.

Selain proses perekrutan, HRD juga bertanggung jawab dalam pelaksanaan program pelatihan dan pengembangan karyawan (training and development) guna meningkatkan keterampilan teknis maupun soft skill. Divisi ini menyusun rencana pelatihan berdasarkan evaluasi kebutuhan masing-masing divisi dan kinerja individu. Evaluasi kinerja dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa setiap karyawan memberikan kontribusi maksimal dan memiliki peluang untuk berkembang dalam kariernya. HRD juga mengatur jenjang karier yang jelas dan sistem promosi yang adil, agar semangat kerja dan loyalitas karyawan dapat terus dipertahankan.

Fungsi administratif HRD pun sangat penting. Divisi ini mengelola data kepegawaian, sistem penggajian, absensi, cuti, hingga pengaturan kontrak kerja. Selain itu, HRD juga bertanggung jawab terhadap pengelolaan asuransi kesehatan, jaminan ketenagakerjaan, serta program kesejahteraan lainnya. Tidak kalah penting, HRD juga menyusun dan memperbarui struktur organisasi agar mencerminkan dinamika dan kebutuhan aktual perusahaan. Semua proses ini dilakukan dengan prinsip profesionalisme dan kerahasiaan, sehingga data karyawan dikelola secara aman dan akurat.

- **General Affairs (GA)**

Di bawah HRD terdapat sub-divisi General Affairs (GA) yang bertanggung jawab dalam mengelola kebutuhan operasional non-produktif perusahaan. GA menangani berbagai kegiatan pendukung yang bersifat administratif dan logistik, seperti pengadaan alat tulis kantor (ATK), perlengkapan kerja, dan kebutuhan harian lainnya yang menunjang kelancaran aktivitas seluruh divisi. Selain itu, GA juga bertanggung jawab atas pengelolaan kendaraan operasional, termasuk penjadwalan penggunaan, perawatan rutin, dan perpanjangan dokumen kendaraan.

Tidak hanya itu, GA juga berperan penting dalam pemeliharaan fasilitas kantor seperti sistem pendingin ruangan (AC), jaringan listrik, perangkat kebersihan, serta perawatan ruang kerja agar tetap nyaman dan layak pakai. GA juga memastikan bahwa pengarsipan dokumen perusahaan dilakukan secara sistematis dan aman, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Dengan peran yang luas dan vital ini, Sub-divisi GA turut menciptakan lingkungan kerja yang tertata, mendukung produktivitas karyawan, serta menjaga efisiensi dalam pengelolaan fasilitas internal perusahaan.

- **Project**

Selain GA, terdapat juga sub-divisi Project yang memiliki tanggung jawab utama dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi berbagai proyek internal perusahaan yang bersifat strategis maupun teknis. Proyek-proyek tersebut meliputi renovasi atau pembukaan outlet baru, pengembangan sistem kerja berbasis teknologi, hingga relokasi kantor atau gudang. Tim Project bekerja dengan menyusun timeline, estimasi biaya, serta perencanaan sumber daya yang diperlukan, untuk memastikan bahwa proyek dapat berjalan sesuai target waktu dan anggaran yang telah ditetapkan oleh manajemen.

Dalam pelaksanaannya, tim Project menjalin koordinasi erat dengan vendor, kontraktor, maupun pihak ketiga lainnya yang terlibat dalam pelaksanaan proyek. Mereka juga bertugas mengawasi mutu hasil pekerjaan, mengidentifikasi potensi risiko, serta menyusun laporan perkembangan proyek secara berkala kepada pimpinan perusahaan. Dengan kemampuan manajerial dan teknis yang kuat, Sub-

divisi Project memiliki peran strategis dalam menjaga efisiensi dan keberhasilan implementasi berbagai perubahan atau pengembangan fisik maupun sistemik di lingkungan PT Periplus Bookindo.

4. Divisi Biz Dev (Business Development)

Divisi Business Development (Biz Dev) merupakan unit strategis di PT Periplus Bookindo yang memiliki tanggung jawab utama dalam menjajaki dan mengembangkan peluang bisnis baru yang dapat berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan perusahaan. Divisi ini berperan sebagai motor penggerak pertumbuhan perusahaan melalui identifikasi potensi pasar, pengembangan jaringan kemitraan, serta perumusan strategi ekspansi bisnis yang berkelanjutan. Fokus utamanya adalah memastikan bahwa perusahaan selalu relevan dengan kebutuhan pasar dan mampu bersaing di tengah dinamika industri yang terus berkembang.

Salah satu tugas utama divisi ini adalah melakukan analisis tren pasar, baik lokal maupun global, guna mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi perusahaan. Tim Biz Dev secara aktif memantau perubahan preferensi konsumen, perkembangan teknologi, serta kondisi ekonomi yang dapat memengaruhi strategi pemasaran dan penjualan produk. Berdasarkan hasil analisis tersebut, divisi ini menyusun rencana ekspansi usaha yang mencakup pembukaan pasar baru, diversifikasi produk, serta optimalisasi saluran distribusi agar jangkauan perusahaan semakin luas.

Selain itu, Divisi Business Development juga bertanggung jawab dalam membangun dan menjaga kerja sama strategis dengan berbagai mitra eksternal, baik individu, perusahaan, maupun institusi lain. Kerja sama ini dapat berupa kemitraan distribusi, kolaborasi promosi, atau perjanjian lisensi tertentu yang saling menguntungkan. Dalam proses ini, tim Biz Dev terlibat langsung dalam negosiasi kontrak, peninjauan legalitas, serta penyusunan dokumen perjanjian bisnis yang sesuai dengan tujuan dan kepentingan perusahaan. Peran ini menuntut ketelitian,

komunikasi yang kuat, serta pemahaman mendalam terhadap hukum dan praktik bisnis.

Selain aspek eksternal, divisi ini juga bertugas melakukan studi kelayakan untuk proyek atau produk baru yang akan dikembangkan oleh perusahaan. Biz Dev menyusun proposal bisnis yang mencakup analisis SWOT, proyeksi keuangan, estimasi biaya investasi, serta potensi return on investment (ROI). Hasil kajian ini disampaikan kepada manajemen sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategis. Dengan cakupan tanggung jawab yang luas dan berorientasi masa depan, Divisi Business Development menjadi salah satu pilar utama dalam upaya memperkuat posisi PT Periplus Bookindo di pasar ritel buku impor maupun sektor bisnis lainnya.

5. Divisi Sales

Divisi Sales merupakan ujung tombak dalam mendukung pencapaian target penjualan dan pendapatan perusahaan. Sebagai divisi yang berhadapan langsung dengan pasar, peran utamanya adalah memastikan produk-produk PT Periplus Bookindo tersalurkan secara tepat dan menjangkau konsumen secara luas. Divisi ini tidak hanya menjalankan fungsi transaksi penjualan, tetapi juga berperan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta menjaga loyalitas konsumen terhadap Periplus.

Untuk meningkatkan efektivitas dan cakupan operasionalnya, Divisi Sales terbagi dalam tiga unit utama, yaitu Retail, E-Commerce, dan Education. Ketiga unit ini bekerja secara sinergis dalam merespons tren pasar dan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Dengan strategi penjualan yang disesuaikan dengan karakteristik tiap kanal, Divisi Sales mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan volume penjualan, serta mendukung citra perusahaan sebagai penyedia buku impor berkualitas. Kolaborasi lintas unit dan koordinasi dengan divisi lain seperti Marketing Communication, Warehouse, dan Admin/EDP juga

menjadi kunci dalam menjaga kepuasan pelanggan dan mempertahankan posisi perusahaan di tengah persaingan industri retail buku.

- **Retail**

Unit Retail merupakan bagian dari Divisi Sales yang menangani seluruh aktivitas penjualan secara langsung melalui jaringan toko fisik Periplus yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Bali, Surabaya, hingga wilayah Indonesia Timur. Tugas utama tim Retail adalah mengelola operasional toko harian, memastikan ketersediaan produk yang sesuai kebutuhan pasar lokal, serta memberikan pelayanan yang ramah dan informatif kepada pelanggan. Setiap toko dipantau performa penjualannya secara berkala, termasuk analisis tren pembelian dan permintaan produk agar strategi penjualan di lapangan tetap relevan dan kompetitif.

Retail juga berperan dalam menjaga citra dan branding Periplus di mata konsumen melalui penataan produk (visual merchandising), kebersihan dan kenyamanan toko, serta kualitas interaksi antara staf toko dan pengunjung. Dalam pelaksanaannya, Retail Sales bekerja sama dengan divisi Warehouse untuk memastikan distribusi barang yang efisien, dan dengan tim Marketing Communication untuk menyelaraskan materi promosi offline dan online, seperti banner toko, poster, dan kegiatan promosi langsung di area penjualan. Retail bukan hanya titik transaksi, tetapi juga menjadi media utama dalam membangun loyalitas dan pengalaman positif pelanggan terhadap brand Periplus.

- **E-Commerce**

Unit E-Commerce merupakan lini penjualan yang berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar Periplus melalui digital. Dengan meningkatnya tren belanja online, unit ini menjadi pilar strategis yang memastikan produk Periplus dapat diakses oleh konsumen dari berbagai daerah, termasuk wilayah yang tidak terjangkau toko fisik. Tim E-Commerce bertugas membuat konten, mengelola website resmi perusahaan serta berbagai platform marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan TikTok. Pekerjaan utamanya meliputi pengunggahan dan pembaruan

data produk secara berkala, termasuk nama, deskripsi, harga, ketersediaan stok, serta kualitas visual produk.

Selain pengelolaan katalog, tim ini juga menyusun dan menjalankan strategi promosi digital seperti flash sale, campaign tematik, bundling produk, hingga penggunaan voucher dan diskon. Strategi ini dirancang berdasarkan kalender promosi dan didukung oleh analisis tren penjualan maupun perilaku konsumen di masing-masing platform. E-Commerce juga bekerja sama dengan tim Marcom untuk menyinkronkan promosi online dan offline, sehingga kampanye pemasaran yang dijalankan bersifat terpadu dan konsisten.

Tim E-Commerce juga bertanggung jawab atas pelayanan pelanggan secara digital. Ini mencakup merespons chat dan pertanyaan dari pelanggan secara cepat dan solutif, menangani keluhan atau kendala teknis, serta memastikan pengalaman belanja pelanggan tetap menyenangkan. Hubungan kerja yang erat dengan tim warehouse dan ekspedisi menjadi penting dalam memastikan pesanan dikemas dengan rapi, dikirim tepat waktu, dan sesuai dengan detail pesanan. Reputasi toko online Periplus sangat bergantung pada kecepatan respon dan keakuratan layanan ini.

Di sisi lain, E-Commerce juga berperan dalam mengelola administrasi harian, seperti rekap penjualan, laporan pesanan masuk, pemantauan performa produk, hingga evaluasi mingguan terhadap traffic dan konversi penjualan. Tim ini turut serta dalam pengembangan fitur dan perbaikan sistem e-commerce bersama tim IT agar website tetap user-friendly dan adaptif terhadap kebutuhan pelanggan. Dengan kompleksitas kerja yang tinggi dan perkembangan pasar digital yang dinamis, unit E-Commerce terus dituntut untuk kreatif, responsif, dan inovatif dalam merancang strategi penjualan yang efektif dan kompetitif.

- **Education**

Unit Education merupakan bagian dari Divisi Sales yang secara khusus berfokus pada penyediaan produk buku dan literatur untuk institusi pendidikan seperti sekolah, perguruan tinggi, dan lembaga pelatihan. Tim ini menjalin kerja

sama dengan institusi pendidikan untuk menyediakan buku pelajaran, literatur internasional, dan materi referensi akademik lainnya. Education Sales berperan penting dalam merancang penawaran yang sesuai dengan kebutuhan kurikulum, termasuk menyesuaikan ketersediaan produk dengan semester ajaran, anggaran lembaga, dan preferensi akademik institusi mitra.

Selain aspek penjualan, Education Sales juga mengelola program pelatihan guru dan peningkatan kompetensi pendidik melalui sub-unit bernama Teacher Academy. Program ini mencakup pelatihan tatap muka dan daring yang berfokus pada peningkatan literasi, metode pembelajaran interaktif, dan pengembangan kurikulum berbasis internasional. Dengan memberikan nilai tambah berupa pelatihan dan dukungan pendidikan, unit Education tidak hanya berperan sebagai penjual produk, tetapi juga sebagai mitra jangka panjang bagi institusi pendidikan. Hal ini memperkuat posisi Periplus sebagai brand yang tidak hanya menjual buku, tetapi juga mendukung kemajuan dunia pendidikan Indonesia secara aktif dan berkelanjutan.

6. Divisi Support

Divisi Support merupakan tulang punggung operasional internal perusahaan yang berperan penting dalam menjaga kelancaran proses kerja di seluruh lini bisnis. Meskipun tidak langsung berinteraksi dengan pelanggan seperti divisi penjualan, fungsi utama divisi ini adalah memastikan bahwa seluruh kegiatan operasional dapat berjalan secara efisien, tepat waktu, dan terkoordinasi dengan baik. Peran support bersifat mendasar namun krusial karena menjadi penghubung antar divisi dalam mengatur alur kerja harian yang saling bergantung satu sama lain.

Dalam praktiknya, Divisi Support mencakup berbagai bagian seperti pengelolaan data, perencanaan stok, sistem informasi, komunikasi pemasaran, inovasi strategi, hingga manajemen gudang dan distribusi barang. Setiap bagian dalam divisi ini memiliki peran yang berbeda namun saling melengkapi. Mereka mendukung kebutuhan administratif, teknologi, hingga logistik perusahaan,

sehingga unit-unit lain seperti Sales, Marketing, dan Business Development dapat fokus pada pencapaian target utama perusahaan tanpa terganggu oleh kendala teknis atau operasional.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan strategi bisnis tidak terlepas dari efisiensi dan ketepatan kerja yang dikelola oleh Divisi Support. Tanpa adanya dukungan yang kuat dari divisi ini, kegiatan seperti pemrosesan data, pengiriman barang, pemeliharaan sistem IT, serta koordinasi antar unit kerja akan terganggu. Oleh karena itu, Divisi Support dapat diibaratkan sebagai fondasi yang menopang keseluruhan struktur operasional perusahaan dan memainkan peran vital dalam menjaga stabilitas dan produktivitas organisasi secara menyeluruh.

- **PPIC (Production Planning and Inventory Control)**

Bagian PPIC bertanggung jawab dalam merencanakan kebutuhan stok barang dan mengontrol ketersediaan inventaris agar tetap seimbang dengan permintaan pasar. Tim ini memantau pergerakan barang secara real-time, menganalisis tren penjualan, serta menyusun strategi pengadaan agar tidak terjadi kelebihan atau kekurangan stok. Proses perencanaan dilakukan dengan cermat melalui data historis dan prediksi permintaan, guna mendukung kelancaran operasional dan penjualan di semua saluran distribusi, baik toko fisik maupun online.

PPIC juga menjembatani komunikasi antara bagian penjualan, gudang, dan pengadaan. Mereka memastikan barang tersedia saat dibutuhkan, baik untuk promosi musiman, kebutuhan institusi pendidikan, maupun restock harian. Tanpa pengawasan stok yang presisi dari tim PPIC, perusahaan dapat mengalami kerugian karena overstock atau kehilangan peluang penjualan akibat stock-out. Oleh karena itu, bagian ini menjadi penentu efisiensi logistik dan keberhasilan pemenuhan permintaan pelanggan.

- **Admin/EDP (Electronic Data Processing)**

Admin/EDP bertugas dalam pengelolaan dan pemrosesan data penting perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan penjualan, produk, dan sistem input. Tim ini berperan menjaga validitas dan ketepatan informasi produk seperti harga, deskripsi, dan kategori yang ditampilkan di sistem internal maupun platform marketplace. Admin/EDP juga memastikan bahwa data transaksi tercatat dengan akurat dan dapat digunakan oleh divisi lain untuk kebutuhan laporan dan analisis.

Selain itu, bagian ini juga mendukung kebutuhan pelaporan harian, bulanan, atau khusus (custom) bagi manajemen atau unit operasional lainnya. Admin/EDP berperan sebagai penghubung antara sistem dan pengguna akhir, memastikan kelancaran proses administrasi digital dan pembaruan informasi secara konsisten. Tanpa dukungan mereka, sistem data perusahaan akan sulit dikelola dan berisiko terjadi ketidaksesuaian antara kondisi di lapangan dan data di sistem.

- **IT (Information Technology)**

Bagian IT menangani seluruh aspek teknologi informasi di perusahaan, baik perangkat keras (hardware) maupun perangkat lunak (software). IT dibagi menjadi dua tim: tim hardware memastikan komputer, printer, jaringan internet, dan sistem keamanan bekerja optimal, sedangkan tim software bertugas mengembangkan dan memelihara sistem internal perusahaan seperti ERP, sistem e-commerce, website, dan aplikasi gudang. Peran IT sangat penting dalam memastikan operasional digital perusahaan berjalan lancar dan minim gangguan.

Selain pemeliharaan, tim IT juga terlibat dalam inovasi teknologi seperti integrasi sistem antar divisi, pengembangan fitur baru di website, dan peningkatan keamanan data. Mereka berkolaborasi dengan tim E-Commerce, Admin, dan Strategic Innovation dalam memastikan teknologi yang digunakan mendukung target bisnis dan pengalaman pengguna yang optimal. IT menjadi fondasi transformasi digital perusahaan dan harus selalu siap merespons kebutuhan teknis secara cepat dan solutif.

- **Marcom (Marketing Communication)**

Marcom bertanggung jawab atas seluruh aktivitas komunikasi pemasaran perusahaan, baik secara internal maupun eksternal. Fungsi utama mereka adalah membangun citra merek Periplus melalui berbagai saluran seperti kampanye promosi, desain grafis, dan penyusunan materi pemasaran. Tim ini merancang dan menyebarkan pesan merek yang konsisten, menarik, dan relevan dengan target audiens.

Selain promosi visual, Marcom juga bekerja sama erat dengan unit Sales dan E-Commerce untuk memastikan strategi kampanye berjalan selaras di semua kanal distribusi. Mereka mengatur kalender promosi, berkoordinasi dengan tim konten, dan kadang terlibat dalam kolaborasi dengan mitra luar seperti komunitas buku atau media. Peran Marcom sangat strategis dalam membangun brand awareness, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menjaga konsistensi identitas visual perusahaan.

- **Strategic Innovation**

Bagian Strategic Innovation memiliki peran sebagai motor penggerak ide-ide baru dan pencipta solusi jangka panjang dalam menghadapi tantangan pasar. Tim ini melakukan riset tren industri, menganalisis kelemahan proses internal, dan merancang inisiatif strategis yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Inovasi yang dirancang tidak hanya bersifat teknologi, tetapi juga mencakup proses kerja, layanan pelanggan, hingga model bisnis.

Selain merancang, tim ini juga menguji dan mengimplementasikan solusi inovatif melalui pendekatan kolaboratif dengan divisi lain. Mereka dapat mengembangkan sistem baru, memperbaiki alur kerja, atau menyarankan program pelatihan khusus. Strategic Innovation menjadi ruang eksperimental yang mendukung perusahaan agar tidak hanya adaptif terhadap perubahan, tetapi juga mampu menjadi pelopor dalam menghadirkan nilai dan efisiensi baru di tengah persaingan pasar yang ketat.

- **Warehouse**

Bagian Warehouse bertanggung jawab atas pengelolaan fisik barang, mulai dari penerimaan produk dari distributor, penyimpanan di gudang, hingga penyiapan barang untuk pengiriman. Tim ini memastikan barang tersimpan rapi, aman, dan mudah ditemukan berdasarkan kategori atau sistem barcode yang telah ditetapkan. Mereka juga rutin melakukan pengecekan stok fisik dan pelaporan selisih jika ada perbedaan antara sistem dan kondisi nyata.

Selain penyimpanan, Warehouse juga bekerja erat dengan bagian Expedisi untuk menyiapkan dan mengemas barang pesanan yang masuk dari Website dan E-Commerce atau permintaan restock toko fisik. Mereka memastikan pengemasan dilakukan sesuai standar agar buku tidak rusak dalam proses pengiriman. Efisiensi dan ketepatan kerja Warehouse sangat menentukan kepuasan pelanggan dan kelancaran distribusi barang ke seluruh jaringan Periplus.

2.3 Produk Perusahaan

PT Periplus Bookindo merupakan perusahaan ritel buku impor yang menghadirkan berbagai produk literasi internasional dengan kualitas premium untuk pasar Indonesia. Produk utama Periplus adalah buku impor berbahasa Inggris dari penerbit-penerbit ternama dunia seperti Penguin Random House, HarperCollins, Simon & Schuster, dan banyak lagi. Kategori buku yang tersedia sangat beragam, mulai dari komik, fiksi populer dan sastra klasik, hingga nonfiksi seperti biografi, psikologi, sejarah, politik, sains, dan pengembangan diri. Periplus juga menyediakan koleksi buku anak-anak yang menarik dan edukatif, seperti picture books, board books, dan storybooks yang dirancang untuk membantu perkembangan literasi anak sejak dini. Selain itu, tersedia pula buku referensi dan akademik yang ditujukan untuk pelajar, mahasiswa, dan profesional.

Tidak hanya buku, Periplus juga menghadirkan majalah impor yang up-to-date dan terkenal secara global, seperti Time, National Geographic, Forbes, Vogue, dan The Economist, yang menjadi sumber bacaan utama bagi konsumen yang ingin mengikuti tren dan informasi terkini dari seluruh dunia. Untuk mendukung

kebutuhan sekolah dan pendidikan, Periplus memiliki divisi edukasi yang menyediakan buku pelajaran internasional, bahan ajar bilingual, serta alat bantu belajar interaktif yang digunakan oleh banyak institusi pendidikan, termasuk sekolah internasional dan akademi guru.

Selain itu, Periplus juga menyediakan berbagai aksesori eksklusif, seperti jurnal premium, alat tulis bermutu tinggi, pembatas buku unik, tote bag, pouch, greeting card, e-voucher, travel aksesoris, dan berbagai souvenir bertema literatur yang sangat cocok untuk para pencinta buku. Produk-produk ini tidak hanya tersedia di lebih dari 50 gerai fisik Periplus di seluruh Indonesia, tetapi juga dapat diakses melalui platform digital perusahaan, baik melalui website resmi maupun marketplace populer seperti Tokopedia dan Shopee. Dengan portofolio produk yang lengkap dan kurasi berkualitas, Periplus terus menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia yang ingin menjelajahi dunia melalui bacaan global yang terpercaya dan inspiratif.



Gambar 3 Contoh Produk

2.4 Saluran Digital dan Strategi Pemasaran

Digital marketing menjadi salah satu pilar utama dalam strategi pertumbuhan PT Periplus Bookindo. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan ini telah menunjukkan komitmen kuat untuk bertransformasi secara digital, baik dari sisi kanal penjualan maupun metode promosi. Instagram menjadi salah satu platform utama yang digunakan untuk membangun interaksi dengan pelanggan, mengenalkan koleksi buku baru, serta menampilkan citra brand yang modern dan dekat dengan pembacanya. Kampanye yang dijalankan di media sosial umumnya melibatkan konten visual seperti feed estetik, reels rekomendasi buku, story promosi, hingga kegiatan live Instagram.

Selain itu, Periplus juga mengembangkan pendekatan pemasaran berbasis komunitas melalui interaksi dengan pelanggan yang memiliki minat tinggi terhadap buku, baik melalui media sosial maupun event daring. Pendekatan ini membantu perusahaan membangun kedekatan dengan target pasar dan memperkuat loyalitas pelanggan. Strategi digital ini menjadi sangat relevan, terutama pasca pandemi COVID-19, di mana perilaku konsumen mengalami pergeseran besar ke arah platform daring. Oleh karena itu, peran tim E-Commerce dan Digital Marketing menjadi sangat vital dalam menjaga eksistensi perusahaan di tengah persaingan retail buku yang semakin dinamis.