

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Gramedia Printing adalah salah satu unit bisnis strategis milik Kompas Gramedia Group yang bergerak di bidang jasa percetakan. Sejak berdiri pada tahun 1972, perusahaan ini telah menjadi salah satu pelopor layanan percetakan profesional di Indonesia, dengan cakupan produk yang sangat luas, mulai dari pencetakan surat kabar, buku, tabloid, majalah, kemasan produk, hingga materi promosi dan edukasi. Dalam kurun waktu lebih dari lima dekade, Gramedia Printing berhasil membangun reputasi sebagai perusahaan percetakan dengan jaringan dan kapasitas produksi terbesar di Indonesia.

Latar belakang pendirian Gramedia Printing tidak terlepas dari kebutuhan Harian Kompas yang saat itu mengalami keterbatasan dalam kapasitas produksi cetak. Pada awalnya, Kompas harus mencetak korannya di percetakan pihak ketiga yang peralatannya masih sederhana, sehingga kerap terjadi keterlambatan distribusi akibat lonjakan permintaan cetak. Situasi ini mendorong pendiri Kompas Gramedia, yakni P.K. Ojong dan Jakob Oetama, untuk mendirikan percetakan sendiri guna menunjang kelangsungan dan pertumbuhan surat kabar Kompas. Maka, pada tanggal 12 Maret 1972, Gramedia Printing resmi berdiri dan diresmikan secara langsung oleh Gubernur DKI Jakarta saat itu, Ali Sadikin, pada 25 November 1972. Tanggal tersebut kini dikenal dan diperingati sebagai hari lahir Gramedia Printing.

Berdasarkan informasi dalam buku *Company Profile Gramedia Printing* Seiring dengan dinamika industri dan tuntutan pasar, Gramedia Printing tidak hanya berfokus pada produksi cetak berskala besar, tetapi juga terus melakukan diversifikasi layanan. Salah satu inovasi besar yang dilakukan adalah penerapan teknologi cetak jarak jauh atau *remote printing*, yang pertama kali dikembangkan pada tahun 1997 (Bawen). Teknologi ini memungkinkan pencetakan surat kabar dan tabloid secara serentak di berbagai kota besar seperti Medan, Surabaya,

Semarang, dan Banjarmasin. Kemajuan ini menjadikan Gramedia Printing sebagai percetakan nasional pertama yang mampu mencetak produk cetak di banyak lokasi sekaligus dalam waktu yang singkat.

Menurut penuturan Stefanus Rumat selaku Marketing Executive Gramedia Printing, pada tahun 1998 kapasitas dan kualitas Gramedia Printing juga mendapatkan pengakuan internasional ketika perusahaan dipercaya untuk mencetak dua surat kabar luar negeri ternama, yaitu *The Asian Wall Street Journal* dan *The International Herald Tribune*, untuk didistribusikan di Indonesia. Pengalaman ini menunjukkan bahwa Gramedia Printing tidak hanya mampu bersaing di tingkat nasional, tetapi juga mampu memenuhi standar pencetakan global. Dalam perjalanannya, Gramedia Printing juga mengembangkan beberapa anak perusahaan percetakan, seperti PT Bawen Mediatama (Semarang), PT Mitra Edukasi Nusantara (Semarang), PT Antar Surya Jaya (Surabaya), dan PT Medan Media Grafikatama (Medan). Semua unit ini terintegrasi dalam sistem kerja berbasis kualitas dan efisiensi produksi, dengan dukungan penuh dari pusat.

Komitmen Gramedia Printing terhadap kualitas dibuktikan melalui berbagai sertifikasi internasional seperti ISO 9001:2015 dalam sistem manajemen mutu, ISO 14001:2015 untuk pengelolaan lingkungan, dan ISO 45001:2018 yang berkaitan dengan keselamatan dan kesehatan kerja. Ketiga sertifikasi ini menjadi standar internal perusahaan dalam menjamin kepuasan pelanggan, menjaga lingkungan kerja yang aman, serta menunjukkan kepedulian terhadap pelestarian lingkungan sekitar. Salah satu bukti komitmen perusahaan dalam hal pengelolaan lingkungan adalah pembangunan *Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL)* yang mampu mengolah limbah cair per hari, dan diperkuat oleh sistem pemilahan limbah produksi serta kerja sama dengan pabrik daur ulang. Pada tahun 1996, perusahaan ini menerima peringkat BIRU dalam program PROPER sebagai pengakuan atas kepatuhan perusahaan terhadap standar pengelolaan lingkungan hidup dari Kementerian Lingkungan Hidup.

Kontribusi Gramedia Printing terhadap dunia pendidikan nasional juga tidak bisa diabaikan. Perusahaan telah dipercaya untuk mencetak lebih dari 150.000 buku kurikulum 2013 edisi revisi untuk sekolah-sekolah di seluruh Indonesia. Selain itu, Gramedia Printing juga ditunjuk oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) untuk mencetak lebih dari 4 juta buku SD dan puluhan ribu buku PAUD yang didistribusikan ke wilayah-wilayah 3T (Tertinggal, Terdepan, dan Terluar) di regional Sumatra. Peran aktif ini menjadi bagian dari kontribusi Gramedia Printing dalam mencerdaskan kehidupan bangsa melalui layanan cetak yang berkualitas.

Dari sisi keagamaan, Gramedia Printing juga telah mencetak Al-Qur'an dalam skala besar untuk penerbit dalam negeri maupun luar negeri (Asia dan Afrika). Proses pencetakan ini dijalankan dengan sangat teliti, melibatkan hafiz profesional untuk memverifikasi teks, mesin cetak berstandar tinggi, serta sistem *hardcover binding* otomatis yang dapat memproduksi lebih dari satu juta eksemplar per tahun. Tak hanya itu, berbagai pilihan bahan sampul seperti kulit, kain, dan plastik juga disediakan, menyesuaikan dengan kebutuhan penerbit dan pelanggan.

Dalam menghadapi era digital saat ini, Gramedia Printing juga melakukan penyesuaian strategi dengan membentuk dan memperkuat Divisi Digital Marketing. Divisi ini memiliki peran strategis dalam membangun eksistensi dan citra perusahaan melalui media sosial, situs web, konten digital edukatif, serta kampanye visual yang relevan dengan kebutuhan audiens modern. Melalui pendekatan digital yang adaptif, Gramedia Printing berusaha tidak hanya mempertahankan klien B2B-nya yang sudah mapan, tetapi juga menjangkau segmen pasar baru yang lebih akrab dengan platform digital.

Posisi penulis dalam program magang berada di divisi ini, dengan fokus pada pengelolaan konten media sosial, penulisan *copywriting*, peliputan kegiatan internal perusahaan, serta evaluasi performa konten digital. Peran ini memberikan pemahaman langsung mengenai bagaimana strategi pemasaran digital diterapkan

secara nyata untuk meningkatkan visibilitas layanan percetakan yang sebelumnya identik dengan media konvensional.

Secara keseluruhan, Gramedia Printing telah mengalami transformasi yang signifikan. Dari sebuah percetakan internal untuk Harian Kompas, perusahaan ini tumbuh menjadi raksasa industri percetakan nasional yang adaptif, profesional, dan berdaya saing tinggi. Perpaduan antara komitmen terhadap mutu, keberlanjutan, kontribusi sosial, serta transformasi digital menjadikan Gramedia Printing sebagai entitas bisnis yang tidak hanya kuat dalam operasional, tetapi juga relevan dengan tuntutan zaman.

2.1.1 Visi dan Misi

Sebagai bagian dari Kompas Gramedia Group yang mengedepankan nilai edukasi dan kebermanfaatan publik, Gramedia Printing memiliki visi dan misi sebagai berikut:

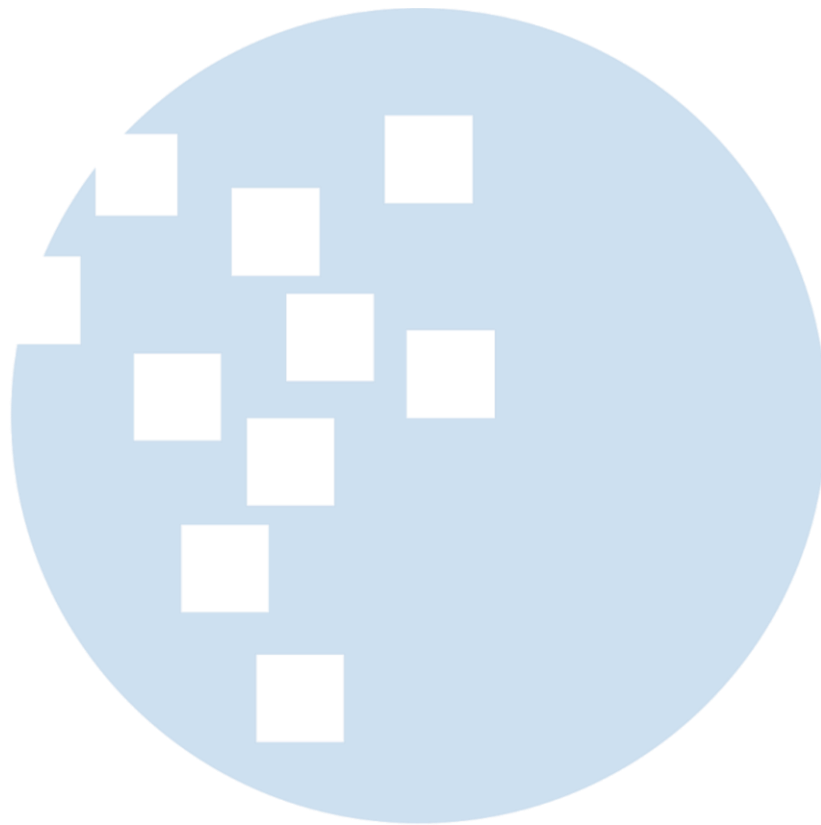
Visi:

Menjadi penyedia layanan cetak dan solusi kreatif berkelas dunia yang terdepan di Asia Tenggara.

Misi:

1. Menyediakan layanan cetak berkualitas tinggi yang sesuai dengan standar internasional.
2. Menjawab kebutuhan pelanggan dengan layanan yang fleksibel, personal, dan berbasis teknologi.
3. Meningkatkan efektivitas operasional melalui penerapan sistem produksi modern dan ramah lingkungan.
4. Menjalinkan kerja sama jangka panjang dengan pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat.
5. Mendukung perkembangan industri kreatif dan penerbitan di Indonesia melalui layanan cetak yang inovatif dan relevan dengan perkembangan

zaman.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Gramedia Printing (Sumber: website Gramedia printing)

Sumber : Website Gramedia Printing

Logo Gramedia Printing merupakan representasi visual yang menggambarkan identitas, semangat, serta sistem kerja perusahaan secara menyeluruh. Secara keseluruhan, logo ini menggunakan inisial "GM" yang merupakan kependekan dari *Gramedia*. Huruf "GM" tersebut didesain dengan warna merah yang didapatkan dari warna magenta yang dicampur dengan warna kuning melambangkan semangat kerja tinggi, produktivitas optimal, dan energi positif yang terus menggerakkan roda operasional perusahaan.

Di bagian tengah logo terdapat sebuah lingkaran yang merepresentasikan silinder penekan, yaitu komponen utama dalam proses cetak yang memiliki peran penting dalam menghasilkan kualitas cetakan terbaik. Selain itu, terdapat garis ganda horizontal yang bersinggungan dengan silinder tersebut, menggambarkan kertas atau media cetak yang menjadi hasil akhir dari seluruh proses produksi. Lingkaran-lingkaran kecil yang mengelilingi silinder penekan berjumlah delapan melambangkan silinder plate dan silinder blanket, yang merupakan komponen teknis penting dalam sistem cetak offset.

Warna-warna dasar yang digunakan dalam logo ini terdiri dari empat unsur utama, yaitu cyan, magenta, yellow, dan black (CMYK), yang mencerminkan tinta-tinta standar dalam dunia percetakan profesional. Keempat warna ini tidak hanya digunakan secara teknis dalam proses cetak, tetapi juga melambangkan fleksibilitas, kreativitas, dan ketepatan warna dalam setiap produk cetakan Gramedia Printing.

Logo ini dibingkai oleh elemen luar berbentuk garis melingkar sebagai simbol kesatuan dari seluruh proses produksi yang terintegrasi dan terorganisir.

2.1.3 Komitmen Gramedia Printing

Gramedia Printing memiliki tiga komitmen utama yang menjadi landasan operasional dan arah strategis perusahaan, yaitu:

- **Komitmen terhadap Kualitas**

Gramedia Printing berorientasi pada kepuasan pelanggan baik dalam maupun luar negeri. Komitmen ini dibuktikan dengan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh sertifikasi ISO 9001:2015 sebagai pengakuan terhadap sistem manajemen mutu yang diterapkan secara konsisten di seluruh proses produksi.

- **Komitmen terhadap Lingkungan**

Perusahaan menerapkan kebijakan *Green Management* dengan mengelola limbah produksi secara aman dan sistematis. Penggunaan bahan baku ramah lingkungan seperti kertas dan tinta yang telah teruji keamanannya dari laboratorium independen juga menjadi prioritas untuk mendukung keberlanjutan lingkungan hidup dengan memiliki standar instalasi pengolahan air limbah (IPAL) di setiap site Gramedia Printing.

- **Komitmen terhadap Keselamatan Kerja**

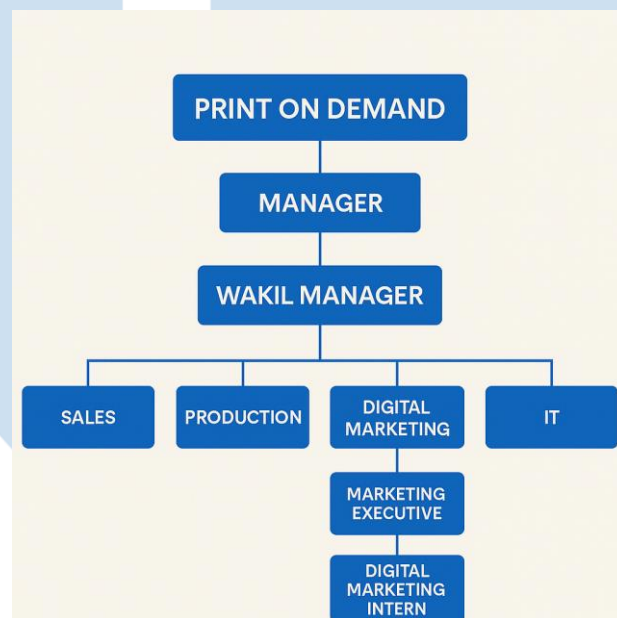
Dalam menjamin keselamatan kerja seluruh karyawan, Gramedia Printing menetapkan prosedur ketat yang mewajibkan penggunaan alat pelindung diri (APD) dan pelaksanaan protokol keselamatan kerja sesuai dengan standar ISO 45001:2018.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Gramedia Printing merupakan perusahaan percetakan nasional yang terus berkembang dan berkomitmen untuk menyediakan berbagai produk cetak berkualitas tinggi bagi masyarakat dan mitra bisnis. Untuk mendukung jalannya operasional secara efisien dan terkoordinasi, perusahaan mengadopsi struktur

organisasi berbasis divisi yang mencerminkan pembagian fungsi kerja secara profesional.

Struktur organisasi unit Print on Demand di Gramedia Printing terbagi menjadi empat divisi utama, yaitu:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Gramedia Printing
Sumber : Penulis

- Divisi produksi
Bertanggung jawab atas seluruh proses produksi, mulai dari penerimaan pesanan, pengaturan jadwal cetak, pengawasan mutu, hingga distribusi hasil akhir kepada pelanggan. Divisi ini memastikan bahwa semua produk cetak memenuhi standar kualitas perusahaan dan dikirim tepat waktu sesuai permintaan klien.
- Divisi sales
Fokus utama divisi ini adalah meningkatkan angka penjualan produk cetakan. Kegiatan yang dilakukan meliputi penyusunan strategi penjualan, pengelolaan pesanan, interaksi langsung dengan pelanggan potensial, serta

pemeliharaan hubungan dengan klien yang sudah ada. Tim sales juga memiliki peran strategis dalam menjangkau segmen pasar baru.

- Divisi Digital Marketing

Memiliki peran penting dalam mempromosikan layanan Gramedia Printing secara online. Divisi ini bertanggung jawab atas perencanaan dan pelaksanaan kampanye pemasaran digital, termasuk pengelolaan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), manajemen konten digital.

- Divisi Teknologi Informasi

Fokus utama divisi ini adalah meningkatkan angka penjualan produk cetakan. Kegiatan yang dilakukan meliputi penyusunan strategi penjualan, pengelolaan pesanan, interaksi langsung dengan pelanggan potensial, serta pemeliharaan hubungan dengan klien yang sudah ada. Tim sales juga memiliki peran strategis dalam menjangkau segmen pasar baru.

