

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Sejak didirikan pada tahun 1963, Kompas Gramedia telah bertransformasi dari sebuah penerbitan majalah sederhana menjadi salah satu konglomerasi media dan bisnis paling berpengaruh di Asia Tenggara. Perjalanan ini—dari penerbitan *Majalah Intisari* hingga pengelolaan lebih dari 400 entitas bisnis di era digital—mencerminkan kemampuan adaptasi yang luar biasa terhadap perubahan lanskap industri. Sebagai lokus pelaksanaan kerja magang, pemahaman mendalam terhadap organisasi Kompas Gramedia menjadi fondasi esensial untuk mengkontekstualisasikan proyek pengembangan HR Mobile Portal dalam kerangka strategi transformasi digital perusahaan yang lebih luas.

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Kompas Gramedia merupakan salah satu konglomerasi media dan bisnis terbesar di Indonesia yang didirikan pada tanggal 17 Agustus 1963 oleh dua tokoh jurnalis dan pendidik, yaitu Petrus Kanisius Ojong dan Jakob Oetama [16]. Pemilihan tanggal pendirian yang bertepatan dengan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia mencerminkan semangat para pendiri untuk turut berkontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pencerdasan kehidupan masyarakat. Cikal bakal perusahaan ini dimulai dengan penerbitan *Majalah Intisari*, sebuah majalah bulanan yang bertujuan untuk memperluas wawasan dan menyebarkan pengetahuan kepada masyarakat luas [17]. Dua tahun kemudian, pada tahun 1965, kelompok usaha ini memperluas sayapnya ke industri surat kabar dengan menerbitkan Harian Kompas yang hingga kini dikenal sebagai salah satu media cetak paling berpengaruh di Indonesia. Nama “Kompas” sendiri disarankan oleh Presiden Soekarno dengan harapan agar surat kabar tersebut dapat menjadi penunjuk arah bagi bangsa Indonesia [16].

Perjalanan sejarah Kompas Gramedia menunjukkan pertumbuhan yang konsisten dari sebuah penerbitan majalah menjadi konglomerasi multi-industri berskala nasional. Pada tahun 1970, perusahaan mulai melakukan diversifikasi usaha dengan mendirikan Gramedia, jaringan toko buku yang kini menjadi yang terbesar di Indonesia [17]. Ekspansi berlanjut ke bidang percetakan, penerbitan buku, dan berbagai lini usaha lainnya. Pada tahun 2006, Kompas Gramedia

mendirikan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) sebagai wujud komitmen terhadap sektor pendidikan tinggi [18]. Saat ini, Kompas Gramedia telah mengoperasikan lebih dari 400 jaringan bisnis yang tersebar di lebih dari 30 provinsi di seluruh Indonesia, menjadikannya sebagai salah satu konglomerasi media terbesar di Asia Tenggara [17].

Portofolio bisnis Kompas Gramedia terbagi ke dalam delapan pilar industri utama, merefleksikan luasnya cakupan operasional perusahaan [17]. Pilar pertama adalah *Media* yang mencakup penerbitan surat kabar, majalah, portal berita daring, dan stasiun televisi. Pilar kedua, *Retail and Publishing*, dijalankan melalui Gramedia sebagai jaringan toko buku dan penerbit. *Hospitality* menempati pilar ketiga, dikelola melalui Santika Indonesia Hotels & Resorts. Pilar lainnya meliputi *Manufacturing*, *Event Organizing* melalui Dyandra Promosindo, *Education* yang mencakup UMN dan berbagai institusi pendidikan lainnya, *Property*, serta *Digital Services*. Dengan lebih dari 18.000 karyawan pada tahun 2023, Kompas Gramedia terus memainkan peran signifikan dalam industri media dan bisnis di Indonesia [17].

Logo perusahaan Kompas Gramedia dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Logo PT Kompas Gramedia

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi PT Kompas Gramedia adalah 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 [17]. Visi ini mengindikasikan aspirasi perusahaan untuk melampaui sekadar pencapaian keuntungan bisnis—menekankan kontribusi nyata terhadap pencerdasan dan pencerahan kehidupan masyarakat Indonesia. Kata “terpadu” dalam visi tersebut mencerminkan sinergi yang diharapkan terjalin di antara berbagai pilar bisnis, sementara “tersebar” menggarisbawahi ambisi untuk

menjangkau seluruh lapisan masyarakat di berbagai wilayah.

Misi perusahaan dijabarkan dalam berbagai program dan inisiatif yang mendukung pencapaian visi tersebut. Kompas Gramedia berkomitmen untuk terlibat aktif dalam upaya mencerdaskan dan mencerahkan kehidupan masyarakat Indonesia melalui produk-produk media yang berkualitas, jasa pendidikan yang bermutu, serta berbagai layanan yang berorientasi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat [18]. Untuk setiap unit bisnis, misi ini diterjemahkan ke dalam strategi operasional yang spesifik sesuai dengan karakteristik industri masing-masing. Sebagai contoh, untuk unit bisnis *Retail and Publishing*, misinya adalah menjadi jaringan ritel dan penerbitan terbesar, tersebar, dan terpadu di Asia Tenggara melalui penyediaan produk berorientasi pasar, layanan unggul, inovatif, dan perilaku bisnis yang beretika.

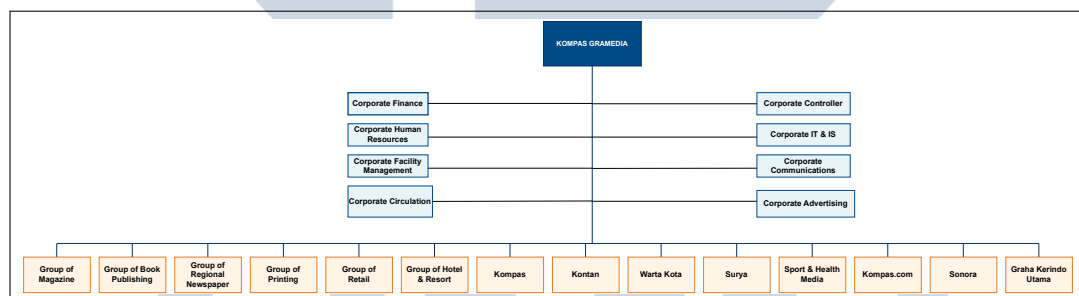
Nilai-nilai keutamaan perusahaan yang menjadi landasan budaya kerja di Kompas Gramedia dikenal dengan istilah **5C**, yang terdiri dari lima nilai utama [18]. Nilai pertama adalah *Caring*, yang didorong oleh filosofi humanisme transendental, yaitu sikap berperikemanusiaan yang dilandasi keyakinan akan Tuhan Yang Maha Kuasa. Nilai kedua adalah *Credible*, yang menekankan bahwa setiap individu dalam bekerja harus dapat dipercaya dan diandalkan dengan melaksanakan tanggung jawab secara ikhlas, disiplin, konsisten, dan profesional. Nilai ketiga adalah *Competent*, yang mendorong setiap karyawan untuk terus berkembang dan memberikan hasil terbaik dalam pekerjaannya. Nilai keempat adalah *Competitive*, yang relevan di era persaingan global saat ini, mendorong karyawan untuk selalu berusaha memberikan yang terbaik. Nilai kelima adalah *Customer Delight*, yang menekankan pentingnya memberikan pelayanan prima yang memuaskan dan bahkan melampaui ekspektasi pelanggan.

Falsafah perusahaan yang mendasari seluruh aktivitas bisnis Kompas Gramedia terdiri dari empat prinsip fundamental [17]. Prinsip pertama adalah kemanusiaan yang beriman, yang menjadi landasan spiritual dalam menjalankan setiap aktivitas bisnis. Prinsip kedua adalah menjadi agen perubahan, di mana perusahaan tidak hanya merespons perubahan tetapi juga aktif mendorong transformasi positif di masyarakat. Prinsip ketiga adalah ikut serta mencerahkan kehidupan bangsa dan negara, yang sejalan dengan misi pendirian perusahaan oleh para pendirinya. Prinsip keempat adalah bahwa perusahaan harus langgeng, yang berarti keberlanjutan usaha menjadi perhatian utama untuk dapat terus memberikan manfaat bagi seluruh *stakeholder*. Melalui implementasi nilai 5C dan falsafah perusahaan ini, Kompas Gramedia berupaya menciptakan ekosistem kerja yang

tidak hanya menghasilkan kinerja optimal tetapi juga bermakna bagi pengembangan individu dan masyarakat.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Arsitektur organisasi PT Kompas Gramedia dirancang secara hierarkis dan terintegrasi untuk mengakomodasi kebutuhan pengelolaan korporasi multisektor yang tersebar di berbagai lini industri [17]. Kompleksitas ini dapat dipahami mengingat perusahaan tidak hanya berkecimpung dalam dunia penerbitan dan media massa, melainkan juga merambah sektor teknologi digital, hospitalitas, institusi pendidikan, hingga layanan ritel. Untuk menjamin koordinasi lintas unit secara efektif, perusahaan mengadopsi model pembagian struktur menjadi tiga kategori utama: *Functional Unit* (Unit Fungsional), *Group of Business Unit* (Kelompok Unit Usaha), dan *Business Unit* (Unit Usaha). Bagan struktur organisasi Kompas Gramedia dapat diamati pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. Bagan struktur organisasi PT Kompas Gramedia
Sumber: Dokumentasi internal PT Kompas Gramedia

2.3.1 *Functional Unit*

Functional Unit merupakan gugus kerja korporat yang memikul tanggung jawab dalam menyediakan dukungan operasional secara menyeluruh bagi seluruh entitas bisnis di bawah naungan Kompas Gramedia [17]. Unit-unit dalam kategori ini beroperasi pada tataran korporat dengan menjalankan fungsi koordinatif, administratif, dan strategis. Keberadaan *Functional Unit* menjamin bahwa setiap unit usaha memiliki landasan manajerial yang kokoh dalam aspek pengelolaan talenta, pengendalian keuangan, infrastruktur teknologi, serta fasilitas pendukung operasional lainnya. Beberapa unit krusial yang termasuk dalam *Functional Unit* antara lain:

1. ***Corporate Human Resources (CHR)***: Unit ini mengemban tugas pengelolaan seluruh dimensi manajemen sumber daya manusia, mencakup perencanaan kebutuhan tenaga kerja, pelaksanaan rekrutmen dan seleksi, penyelenggaraan program pelatihan dan pengembangan kapabilitas, pengelolaan sistem penilaian kinerja, perencanaan jalur karier, hingga penanganan hubungan industrial. Sasaran utamanya adalah memastikan bahwa SDM Kompas Gramedia memiliki kualifikasi tinggi, produktivitas optimal, dan keselarasan dengan arah strategis perusahaan [17].
2. ***Corporate Finance & Legal***: Unit ini mengemban tanggung jawab atas stabilitas dan akuntabilitas finansial perusahaan. Cakupan tugasnya meliputi pengelolaan akuntansi, penyusunan laporan keuangan konsolidasi, pelaksanaan audit internal, kepatuhan perpajakan, dan perencanaan anggaran. Dari perspektif hukum, unit ini menangani kepatuhan regulasi, mitigasi risiko legal, serta pengelolaan dokumentasi hukum di seluruh lini usaha.
3. ***Corporate Facility Management***: Pengelolaan aset fisik perusahaan, mulai dari gedung perkantoran, ruang kerja, armada kendaraan operasional, hingga fasilitas produksi, berada dalam wewenang unit ini. Mereka bertanggung jawab memastikan seluruh sarana prasarana terpelihara dengan baik dan siap menunjang aktivitas operasional harian.
4. ***Corporate IT & IS (Information Technology & Information System)***: Unit ini memainkan peran vital dalam pengelolaan dan pengembangan ekosistem teknologi informasi perusahaan. Lingkup tugasnya mencakup pengelolaan infrastruktur jaringan, pengamanan data, pengembangan aplikasi internal, integrasi sistem antarunit bisnis, serta akselerasi transformasi digital di seluruh lini organisasi.
5. ***Corporate Communication***: Unit ini bertugas menjaga dan meningkatkan reputasi perusahaan melalui implementasi strategi komunikasi yang efektif, baik ke internal maupun eksternal. Tanggung jawabnya mencakup pengelolaan hubungan media, publikasi korporat, penguatan *brand identity*, serta koordinasi kegiatan *public relations*.

2.3.2 *Group of Business Unit*

Group of Business Unit merupakan klaster usaha yang dibentuk berdasarkan keserupaan bidang industri atau jenis layanan yang diselenggarakan [17]. Setiap grup membawahi beberapa anak perusahaan atau divisi yang bergerak di ranah serupa, dengan maksud untuk mengonsolidasikan pengelolaan, menyelaraskan arah strategis, serta meningkatkan efisiensi koordinasi operasional. Klaster ini berfungsi sebagai jembatan penghubung antara *Functional Unit* dan *Business Unit* yang lebih spesifik. Beberapa kelompok bisnis utama dalam struktur Kompas Gramedia meliputi:

1. ***Group of Media:*** Mengelola seluruh entitas usaha Kompas Gramedia di ranah penyiaran, baik televisi maupun radio. Cakupannya meliputi produksi konten siaran, operasional stasiun penyiaran, serta strategi distribusi konten melalui berbagai platform.
2. ***Group of Digital:*** Berfokus pada akselerasi transformasi digital dan pengelolaan *platform* media daring. Unit ini bertanggung jawab dalam pengembangan aplikasi digital, pengelolaan portal berita *online*, serta pengelolaan data dan konten digital sebagai bagian dari strategi digitalisasi perusahaan.
3. ***Group of Hotel & Resort:*** Menaungi unit-unit usaha di sektor perhotelan dan *resort*. Melalui jaringan Santika Indonesia Hotels & Resorts, Kompas Gramedia turut berkontribusi dalam industri *hospitality* sebagai bagian dari strategi diversifikasi usaha di luar industri media.
4. ***Group of Retail & Publishing:*** Mengelola lini usaha ritel melalui jaringan Gramedia Bookstore serta berbagai penerbit buku yang bernaung di bawah Kompas Gramedia. Selain distribusi, unit ini juga berperan dalam produksi konten edukatif dan literatur populer untuk mencerahkan kehidupan bangsa.
5. ***Group of Printing:*** Mengoperasikan fasilitas percetakan profesional yang melayani kebutuhan internal maupun eksternal. Fasilitas ini memproduksi surat kabar, buku, majalah, dan berbagai produk cetak lainnya dengan standar kualitas tinggi.
6. ***Group of Education:*** Menaungi institusi pendidikan di bawah Kompas Gramedia, termasuk Universitas Multimedia Nusantara (UMN), perguruan

tinggi vokasi, dan lembaga pendidikan lainnya yang berfokus pada pengembangan talenta di bidang teknologi informasi, komunikasi, dan industri kreatif [18].

2.3.3 *Business Unit*

Business Unit merupakan entitas operasional paling spesifik dalam arsitektur organisasi Kompas Gramedia. Setiap unit usaha memiliki identitas merek tersendiri, segmen pasar yang terdefinisi jelas, serta strategi bisnis yang disesuaikan dengan karakteristik pasar yang dilayani [17]. Beberapa contoh *Business Unit* di bawah Kompas Gramedia antara lain:

1. **Harian Kompas:** Salah satu surat kabar harian nasional terbesar dan paling berpengaruh di Indonesia. Kompas dikenal luas atas kualitas jurnalisme independen, kredibilitas pemberitaan, serta cakupan liputan dari tingkat lokal hingga internasional.
2. **Kontan:** Media cetak dan *online* yang mengkhususkan diri pada pemberitaan ekonomi, keuangan, dan bisnis. Kontan melayani segmen pembaca profesional, investor, dan pelaku usaha dengan analisis mendalam dan informasi yang akurat.
3. **Kompas.com:** Portal berita *online* yang menyajikan informasi terkini secara *real-time*. Sebagai salah satu portal berita terbesar di Indonesia, Kompas.com menjangkau jutaan pembaca setiap harinya melalui berbagai platform digital.
4. **Gramedia Bookstore:** Jaringan toko buku terbesar di Indonesia yang menyediakan produk literasi bermutu. Gramedia Bookstore tersebar di berbagai kota besar dan berperan penting dalam mendistribusikan buku dan produk edukasi ke masyarakat luas.
5. **Universitas Multimedia Nusantara (UMN):** Institusi pendidikan tinggi yang berfokus pada pengembangan kompetensi di bidang teknologi informasi, komunikasi, dan industri kreatif. UMN telah meluluskan ribuan alumni yang siap bersaing di era ekonomi digital [18].

2.3.4 Posisi Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan di *Functional Unit Corporate Human Resources* (CHR), secara spesifik pada Departemen *Human Resource Information System* (HRIS) dengan posisi sebagai *Mobile Developer Intern*. Pada tingkat pimpinan tertinggi, perusahaan dipimpin oleh *Chief Executive Officer* (CEO) yang saat ini dijabat oleh Lilik Oetama [19]. Posisi *Corporate Human Resources Director* dijabat oleh Markani [17].

Departemen HRIS di bawah CHR mengemban misi mengembangkan dan memelihara sistem informasi yang mendukung seluruh proses pengelolaan sumber daya manusia di Kompas Gramedia. Di antara proyek-proyek strategis yang dikerjakan, pengembangan aplikasi HR Mobile Portal menempati posisi prioritas—berfungsi sebagai *employee self-service* yang memungkinkan karyawan mengakses layanan HR secara mandiri melalui perangkat *mobile*. Fitur-fitur yang dikembangkan mencakup pengajuan cuti dan izin, pencatatan kehadiran, pengelolaan ketidakhadiran, serta akses informasi kepegawaian [2]. Literatur menunjukkan bahwa implementasi aplikasi HR *mobile* dapat meningkatkan efisiensi administrasi, menyediakan akses data secara *real-time*, dan mempercepat proses operasional seperti absensi dan pengajuan cuti [1].

Pembimbing lapangan penulis adalah Bapak FX Endri Harmanto yang berperan memberikan arahan teknis dan supervisi selama periode magang berlangsung. Koordinasi kerja dilaksanakan menggunakan metodologi *Agile* dengan mekanisme *sprint* dan pertemuan berkala untuk membahas progres pengembangan, kendala yang dihadapi, serta prioritas tugas selanjutnya. Model kerja ini memungkinkan fleksibilitas dalam penyelesaian tugas sekaligus memastikan pengembangan aplikasi tetap sejalan dengan kebutuhan bisnis dan standar kualitas yang ditetapkan [3].

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A