

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

PT Kompas Gramedia merupakan perusahaan multi-industri Indonesia yang hadir sejak 1963 dan berkembang dari bisnis media ke berbagai lini usaha berbasis informasi dan pengetahuan [16]. Pada situs resminya, Kompas Gramedia menempatkan bisnis media, ritel dan penerbitan, perhotelan, manufaktur, penyelenggaraan acara, edukasi, properti, dan digital sebagai pilar utama pengembangannya [16]. Memahami konteks perusahaan ini penting bukan hanya sebagai latar belakang administratif kerja magang, tetapi juga untuk menjelaskan mengapa proyek modernisasi sistem *backend* HR yang dikerjakan penulis memiliki arti strategis: sistem tersebut dikembangkan di lingkungan korporasi besar dengan operasi yang lintas unit dan lintas fungsi.

2.1 Deskripsi Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Kelahiran Kompas Gramedia tidak dapat dipisahkan dari dua tokoh penting dalam sejarah pers Indonesia, yaitu Petrus Kanisius (P.K.) Ojong dan Jakob Oetama. Keduanya dikenal sebagai pasangan pendiri yang membangun fondasi bisnis sekaligus arah editorial grup sejak fase awal perkembangannya [17, 18].

Perjalanan tersebut bermula pada 17 Agustus 1963 melalui terbitnya *Majalah Intisari*, yang secara luas dipandang sebagai cikal bakal Kompas Gramedia [19, 17]. Dalam ringkasan profil *Intisari* di situs Kompas Gramedia, majalah ini disebut didirikan oleh P.K. Ojong dan Jakob Oetama bersama J. Adisubrata dan Irawati [20].

Dua tahun kemudian, pada 28 Juni 1965, terbit *Harian Kompas*, yang kemudian menjadi salah satu tonggak utama perkembangan grup [19]. Dalam laporan profil Jakob Oetama yang dimuat Kompas.com pada 9 September 2020, penerbitan *Intisari* pada 1963 dan lahirnya spiritualitas humanisme *Harian Kompas* pada 1965 ditempatkan sebagai fase awal pembentukan identitas Kompas Gramedia [18].

Sejak awal, P.K. Ojong dan Jakob Oetama menjalankan peran yang saling melengkapi. Sumber resmi Kompas Gramedia menampilkan keduanya sebagai figur sentral yang mengembangkan usaha media tersebut dari *Intisari* hingga menjadi grup yang lebih luas [17].

Ekspansi dan Diversifikasi Bisnis

Keberhasilan *Intisari* dan *Kompas* menjadi fondasi bagi ekspansi bisnis Kompas Gramedia selama dekade-dekade berikutnya. Dari situs resminya, dapat dilihat bahwa grup ini kemudian berkembang ke delapan pilar usaha utama, yang menunjukkan bahwa ekspansi tidak berhenti pada media cetak, melainkan merambah ke sektor ritel, hospitality, edukasi, event, manufaktur, properti, dan digital [16].

Berikut adalah tonggak-tonggak penting dalam perjalanan diversifikasi Kompas Gramedia:

1. **1970** — *Toko Buku Gramedia* berdiri pada 2 Februari, menjadi jaringan ritel buku pertama yang kelak berkembang menjadi yang terbesar di Indonesia.
2. **1971–1972** — *Percetakan Gramedia* didirikan untuk menjamin kemandirian produksi media cetak. Fasilitas ini diresmikan oleh Gubernur DKI Jakarta Ali Sadikin pada 25 November 1972.
3. **1972** — *Radio Sonora* mulai mengudara pada 8 Agustus, menandai diversifikasi pertama ke media audio.
4. **1973** — *Majalah Bobo* terbit pada 14 April sebagai majalah anak berwarna pertama di Indonesia.
5. **1974** — *PT Gramedia Pustaka Utama (GPU)* berdiri sebagai unit penerbitan buku umum.
6. **1981** — Masuk ke industri perhotelan melalui pendirian *PT Grahawita Santika* pada 22 Agustus, membuka Hotel Santika pertama di Bandung.
7. **1985** — *PT Elex Media Komputindo* berdiri, memfokuskan diri pada penerbitan buku komputer dan komik.
8. **1987** — Pembentukan *Kelompok Pers Daerah (Persda)* untuk mengelola ekspansi media ke berbagai wilayah Indonesia.
9. **1990** — *PT Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo)* berdiri, fokus pada buku pendidikan.
10. **1996** — *Tabloid Kontan* diterbitkan sebagai media ekonomi dan bisnis pertama dari grup.

11. **1998** — *Kompas.com* diluncurkan, menandai langkah strategis ke platform digital.
12. **1999** — *Warta Kota* terbit sebagai koran metro harian untuk wilayah Jabodetabek.
13. **2005** — *Universitas Multimedia Nusantara (UMN)* berdiri, membawa Kompas Gramedia ke ranah pendidikan tinggi formal.
14. **2009** — *Kompas TV* mulai hadir sebagai bagian dari ekspansi grup ke media penyiaran [19].

Transformasi dari sebuah majalah yang terbit pada awal 1960-an menjadi grup multi-industri menunjukkan kemampuan Kompas Gramedia untuk beradaptasi terhadap perubahan medium, pasar, dan perilaku konsumsi informasi masyarakat Indonesia [16].

Logo perusahaan PT Kompas Gramedia ditunjukkan pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Logo PT Kompas Gramedia

2.1.2 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan

Visi

PT Kompas Gramedia merumuskan visinya sebagai berikut [21]:

“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 merangkum dua dimensi yang saling melengkapi: ambisi komersial untuk menjadi yang terbesar secara regional, dan tanggung jawab sosial untuk menciptakan masyarakat yang cerdas dan berkeadilan. Slogan perusahaan, “*Enlightening People*”, mengkristalkan dimensi kedua ini menjadi komitmen yang terus diemban di setiap lini bisnis yang dijalankan.

Misi

Secara operasional, misi PT Kompas Gramedia diwujudkan melalui pendekatan yang menempatkan pengetahuan (*knowledge*) sebagai fondasi setiap aktivitas bisnis: memproduksi konten yang berkualitas, mendistribusikannya ke khalayak seluas mungkin, dan membangun infrastruktur yang memungkinkan pengetahuan tersebut diakses secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat [21].

Nilai Inti (Corporate Values): The 5C

Sebagai kompas moral yang memandu perilaku seluruh karyawan dalam berpikir, bersikap, dan bertindak, PT Kompas Gramedia menetapkan lima nilai inti yang dikenal dengan akronim **5C** [21]:

1. **Caring** — Berperikemanusiaan, yang didasarkan pada filosofi *humanisme transendental*: keyakinan bahwa penghormatan terhadap sesama manusia bersumber dari keyakinan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa.
2. **Credible** — Dapat dipercaya dan diandalkan oleh semua pemangku kepentingan; bekerja secara ikhlas, disiplin, konsisten, dan profesional dengan menjaga integritas dalam setiap interaksi.
3. **Competent** — Senantiasa berkembang dan meningkatkan kapabilitas untuk memberikan hasil terbaik, baik bagi diri sendiri maupun bagi organisasi dan masyarakat yang dilayani.
4. **Competitive** — Memiliki semangat untuk bersaing secara sehat dan bertumbuh secara berkelanjutan di tengah ekosistem industri yang terus berubah.

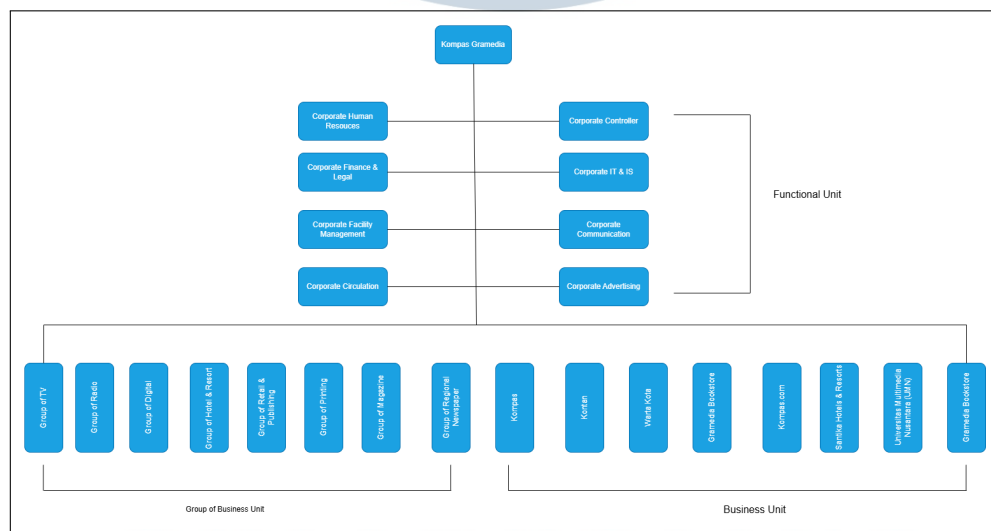
5. **Customer Delight** — Melampaui ekspektasi pelanggan dengan menghadirkan produk dan layanan yang bukan sekadar memenuhi kebutuhan, melainkan memberikan pengalaman yang bermakna.

Nilai *Caring* dapat dibaca sebagai fondasi moral yang menopang keempat nilai lainnya. Penekanan pada dimensi kemanusiaan ini juga sejalan dengan narasi tentang Jakob Oetama yang dalam berbagai sumber kerap dikaitkan dengan humanisme sebagai salah satu warisan pemikirannya [18].

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Kompleksitas operasional Kompas Gramedia yang membentang di berbagai bidang usaha menuntut adanya pembagian peran organisasi yang jelas antara fungsi korporat dan unit operasional. Dalam konteks kerja magang penulis, pemetaan tersebut penting karena menjelaskan posisi Departemen HRIS sebagai bagian dari fungsi pendukung korporat yang melayani kebutuhan lintas unit.

Gambaran umum struktur organisasi perusahaan PT Kompas Gramedia ditunjukkan pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. Struktur organisasi PT Kompas Gramedia
Sumber: dokumentasi internal perusahaan

Functional Unit (FU)

Functional Unit merupakan kelompok kerja di tingkat korporat yang menyediakan fungsi pendukung bersama bagi berbagai unit bisnis. Dalam

praktiknya, unit ini berperan memastikan proses-proses inti seperti pengelolaan SDM, keuangan, teknologi informasi, fasilitas, dan komunikasi korporat dapat berjalan konsisten di tingkat grup.

Beberapa unit penting di bawah *Functional Unit* antara lain:

1. **Corporate Human Resources (CHR)** — Mengelola seluruh aspek sumber daya manusia di lingkup grup, mulai dari perancangan kebijakan ketenagakerjaan, rekrutmen dan seleksi, pengembangan kompetensi, manajemen kinerja, jenjang karier, hingga hubungan industrial. Di bawah CHR, terdapat Departemen *Human Resource Information System* (HRIS) yang bertanggung jawab membangun dan memelihara sistem teknologi yang mengotomasi dan mengintegrasikan proses-proses HR tersebut.
2. **Corporate Finance & Legal** — Menjaga stabilitas dan transparansi keuangan korporat melalui pengelolaan akuntansi, pelaporan keuangan, audit internal, perpajakan, dan kepatuhan hukum di seluruh unit bisnis.
3. **Corporate Information Technology & Information System (IT & IS)** — Mengelola dan mengembangkan infrastruktur teknologi informasi yang menjadi tulang punggung operasional digital grup, termasuk pengembangan perangkat lunak internal, keamanan data, dan inisiatif transformasi digital.
4. **Corporate Facility Management** — Memastikan seluruh fasilitas fisik perusahaan—gedung, ruang kerja, sarana produksi—terpelihara dan beroperasi secara efisien untuk mendukung aktivitas harian.
5. **Corporate Circulation** — Menjalankan fungsi logistik dan distribusi produk cetak ke berbagai wilayah distribusi nasional secara tepat waktu dan efisien.
6. **Corporate Communication** — Menjaga dan membangun reputasi korporat melalui strategi komunikasi yang terintegrasi, baik untuk publik internal maupun eksternal.

Group of Business Unit (GBU)

Group of Business Unit merupakan lapisan pengelompokan yang menaungi sejumlah unit usaha dengan kedekatan bidang bisnis. Dalam struktur seperti ini, koordinasi strategis dapat dilakukan pada tingkat kelompok usaha sebelum

diterjemahkan lebih lanjut oleh masing-masing unit operasional. Beberapa kelompok usaha yang tampak pada bagan organisasi perusahaan meliputi:

1. **Group of TV** — Menaungi operasional siaran televisi, termasuk Kompas TV.
2. **Group of Radio** — Mengelola jaringan KG Radio Network yang beroperasi di berbagai kota besar.
3. **Group of Digital** — Mengembangkan dan mengelola platform media daring dan ekosistem digital grup.
4. **Group of Hotel & Resort** — Menaungi bisnis perhotelan di bawah merek Santika Hotels & Resorts.
5. **Group of Retail & Publishing** — Mengelola toko buku Gramedia serta portofolio penerbit buku grup.
6. **Group of Printing** — Mengoperasikan unit-unit percetakan profesional untuk kebutuhan internal dan komersial.
7. **Group of Magazine** — Bertanggung jawab atas portofolio majalah cetak dan digital grup.
8. **Group of Regional Newspaper** — Mengelola jaringan surat kabar daerah di berbagai wilayah Indonesia.

Business Unit (BU)

Business Unit merupakan unit operasional yang berhadapan langsung dengan pasar dan publik. Setiap unit membawa merek, segmen audiens, dan strategi bisnis yang berbeda. Beberapa *Business Unit* yang paling dikenal publik antara lain:

1. **Kompas** — Surat kabar harian nasional yang telah menjadi referensi jurnalisme Indonesia selama lebih dari enam dekade.
2. **Kontan** — Media ekonomi, keuangan, dan bisnis yang melayani segmen pembaca profesional dan pelaku usaha.
3. **Warta Kota** — Koran harian lokal yang berfokus pada pemberitaan Jabodetabek.

4. **Gramedia Bookstore** — Jaringan toko buku terbesar di Indonesia dengan ratusan gerai yang tersebar di seluruh provinsi.
5. **Kompas.com** — Platform berita digital yang menjadi salah satu situs berita dengan trafik tertinggi di Indonesia.
6. **Kompas TV** — Kanal televisi berita dan edukasi nasional.
7. **Santika Hotels & Resorts** — Jaringan hotel yang beroperasi di berbagai kota strategis di Indonesia.
8. **Universitas Multimedia Nusantara (UMN)** — Institusi pendidikan tinggi berbasis teknologi, komunikasi, dan industri kreatif yang berdiri sejak 2005 dan telah mencetak ribuan lulusan siap kerja di era digital.

2.3 Posisi Penulis dalam Struktur Organisasi

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis ditempatkan di bawah *Functional Unit* Corporate Human Resources (CHR), tepatnya pada Departemen *Human Resource Information System* (HRIS), dengan posisi sebagai *Backend Engineer* (Intern). Penempatan ini secara langsung relevan dengan kompetensi teknis yang penulis miliki, mengingat departemen HRIS bertanggung jawab atas pengembangan dan pemeliharaan platform perangkat lunak yang mendukung operasional HR seluruh grup.

Dalam konteks proyek migrasi sistem yang dikerjakan—dari *backend* berbasis PHP ke Go—penulis berperan sebagai kontributor aktif dalam tim *software engineering* yang bertugas merancang, mengimplementasikan, dan memvalidasi lapisan aplikasi baru. Posisi ini menempatkan penulis tidak sekadar sebagai peserta magang yang mengerjakan tugas-tugas perifer, melainkan sebagai anggota tim yang secara nyata bertanggung jawab atas modul-modul tertentu dalam sistem HR internal grup.