

BAB II

TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

A. Penjelasan Umum tentang Perusahaan

Penjelasan tentang Tribun Jogja berawal dari Kompas Gramedia yang, disingkat KG, adalah perusahaan Indonesia yang bergerak di bidang media massa yang didirikan pada tanggal 17 Agustus 1963, berawal dari terbitnya Majalah Intisari, Oleh P.K. Ojong dan Jakob Oetama. Kehadiran Kompas Gramedia tidak terlepas dari sejarah panjang demi mencapai cita-cita mulia dalam rangka mencerdaskan bangsa.

Pendirinya yaitu Jakob Oetama (*President Commissioner*) awalnya adalah seorang guru, wartawan, dan redaktur majalah Penabur. Ahli komunikasi sosial ini kemudian bersama P.K. Ojong menerbitkan Majalah Intisari, Diterbitkan pada 17 Agustus 1963. Majalah bulanan ini utamanya ditujukan untuk memberi bacaan bermutu dan membuka cakrawala masyarakat Indonesia.

Saat itu, Intisari terbit dengan tampilan hitam putih, tanpa sampul, berukuran 14 x 17,5 cm, dan tebal 128 halaman. Meskipun demikian, Intisari mendapat sambutan baik dari pembacanya dan berolah 11.000 eksemplar. dan mengembangkan usaha media yang kini dikenal sebagai Kompas Gramedia.

Petrus Kanisius Ojong atau dikenal dengan nama P.K. Ojong (*Founder*) mengawali profesinya sebagai seorang guru, lalu kepala sekolah, kemudian wartawan Star Weekly & Kengpo. Beliau juga seorang ahli hukum, yang lalu bekerjasama dengan Jakob Oetama menerbitkan Majalah Intisari pada tahun 1963, sebagai jawaban atas kerinduan masyarakat pada bacaan bermutu.

Pada tahun 80-an perusahaan ini mulai berkembang pesat, terutama dalam bidang komunikasi. Saat ini, Kompas Gramedia memiliki beberapa anak perusahaan/bisnis unit yang bervariasi dari media massa

cetak maupun daring, toko buku, percetakan, penerbitan, radio, hotel, lembaga pendidikan, bentara budaya, penyelenggara acara, stasiun televisi, hingga universitas. Pada tahun 2005, perusahaan ini mempekerjakan sekitar 22.000 karyawan yang tersebar di seluruh Indonesia.

Kompas Gramedia memiliki visi dan misi menjadi perusahaan yang terbesar, terbaik, terpadu dan tersebar di Asia Tenggara melalui usaha berbasis pengetahuan menciptakan masyarakat yang terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan dan adil sejahtera.

Nilai keutamaan perusahaan terdiri dari 5 sifat yang dikenal dengan 5C (*Caring, Credibel, Competent, Competitive* dan *Customer Delight*) dan ditetapkan karyawan sebagai pedoman dalam berpikir, berperilaku, dan bertindak. Masing-masing nilai kemanusiaan memiliki arti sebagai berikut:

- a. *Caring*: Nilai ini didasarkan pada filosofi Humanisme Transendental, artinya berperi kemanusiaan, berdasarkan keyakinan akan Tuhan yang maha kuasa yang menyelenggarakan segala sesuatu
- b. *Credible*: Nilai ini didasarkan pada filosofi bahwa manusia yang bekerja selalu berdimensi sosial, menuntut interaksi timbal balik dengan lingkungannya. Dengan melaksanakan tanggung jawab secara ikhlas, disiplin, konsisten dan profesional, maka ia akan dipercaya dan dapat diandalkan oleh orang lain.
- c. *Competent*: Nilai ini didasarkan pada filosofi bahwa manusia harus selalu berkembang dan mengembangkan dirinya untuk memberikan hasil yang terbaik bagi dirinya dan lingkungannya.
- d. *Competitive*: Nilai ini didasarkan pada filosofi bahwa di zaman modern yang serba tidak pasti yang dibutuhkan adalah keberanian menghadapi tantangan. Menunjukkan kecerdasan mental (*Adversity Quotient*) yang mengubah ancaman menjadi peluang, untuk selalu berkembang dan berorientasi pada daya saing.

- e. *Customer Delight*: Nilai ini didasarkan pada prinsip menenangkan hati pelanggan dengan memberikan pelayanan yang melebihi harapannya.



Gambar 1
Logo Kompas Gramedia

Logo atau Logogram Kompas Gramedia mempergunakan simbol lingkaran yang melambangkan bola dunia dengan huruf KG sebagai inisial dari Kompas Gramedia.

Desain inisial KG yang menyelimuti lingkaran tersebut mempresentasikan jalur informasi yang mencapai berbagai belahan dunia melalui berbagai media (multimedia).

Inisial KG sendiri didesain khusus untuk memberikan unsur dinamisme dari perusahaan dan menggambarkan pergerakan informasi yang cepat.

Font pada logo Kompas Gramedia memiliki karakter yang dinamis, tetapi tetap kokoh dan solid serta mampu menampilkan unsur profesionalisme yang modern dan mutakhir.

Huruf awal pada kata “Kompas” dan “Gramedia” yang sedikit diperbesar juga dipersiapkan untuk membantu mempersiapkan pengenalan identitas korporat yang kedepannya mencitrakan diri sebagai “KG”. Logo "Kompas Gramedia" terdiri dari dua warna utama yang menjadi ciri khas, yaitu:

a. BIRU TUA (*Pantone 2955 C*)

Tepercaya, Profesional, Kuat. Tiga nilai yang menjadi pedoman semua unsur di dalam Kompas Gramedia dalam melakukan proses bisnis dan mengelola setiap wawasan/informasi untuk mendidik masyarakat Indonesia.

b. BIRU MUDA (*Pantone 311 C*)

Kehidupan dan Humanisme/Kemanusiaan, Dua hal yang mendasari dan memperkuat karakter Kompas Gramedia sebagai perusahaan media yang mencerdaskan bangsa dan mencerahkan manusia (KOMPAS GRAMEDIA, "*Enlightening People*").

Pada tahun 1987, Kompas Gramedia mengambil alih kepemilikan perusahaan penerbitan Harian Sriwijaya Post di Palembang. Pada masa itu ada imbauan dari Menteri Penerangan RI agar koran-koran besar membantu koran-koran daerah yang terhambat permasalahan SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers). Maka pada akhir 1987, didirikan unit usaha Kelompok Pers Daerah (Persda) yang tugas awalnya adalah membantu koran-koran daerah yang membutuhkan pertolongan.

Pada tahun 1988, Kompas Gramedia mengambil alih perusahaan penerbitan Koran Swadesi yang namanya lalu diubah menjadi Serambi

Indonesia di Banda Aceh. Tahun 1992, Kompas Gramedia mengambil alih perusahaan penerbitan koran Pos Kupang, dan pada tahun 1994 mengambil alih perusahaan penerbitan koran Banjarmasin Post. Pada perkembangan selanjutnya, Persda memperkuat bisnisnya dengan mendirikan sendiri koran daerah di hampir seluruh provinsi dan lebih dikenal dengan brand Tribun.

Tribun Jogja merupakan Koran ke-16 dari *Group of Regional Newspaper* Kompas Gramedia. Kompas Gramedia sendiri didirikan oleh P.K. Ojong dan Jacob Oetama pada tanggal 20 Juni 1965.

Tribun Jogja hadir menyapa warga Jogja dan sekitarnya pertama kali pada 11 April 2011 dengan tampilan 20 halaman yang terbagi dari dua sesi yang masing-masing sesi terdapat dua web.

Kantor Redaksi dan Bisnis Tribun Jogja terletak di Jl. Jendral Sudirman No. 52 Yogyakarta, sedangkan lokasi percetakan terletak di Dusun Nusupan Trihanggo, Gamping, Sleman tepatnya di km 8 Ringroad Barat, Nusupan Yogyakarta

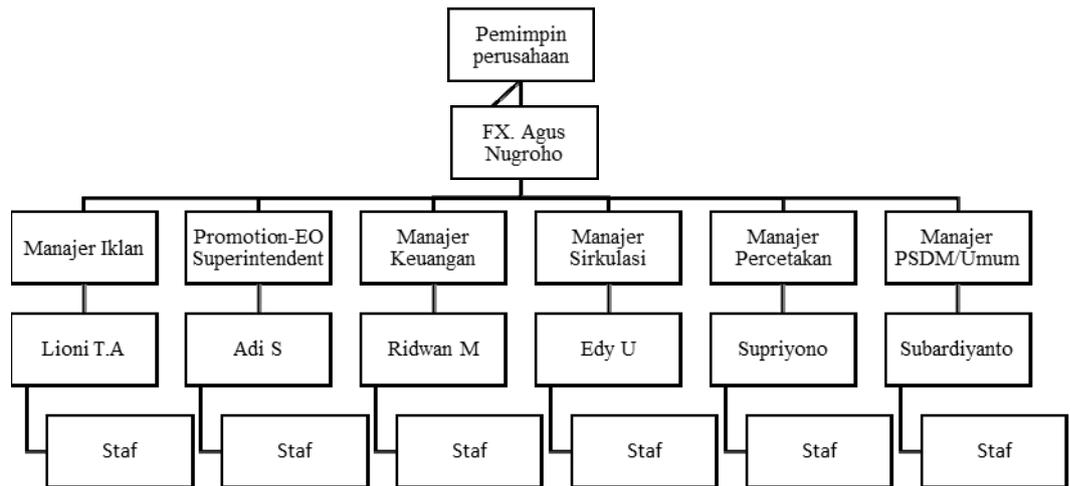
Sebelum terbit dalam tampilan media cetak, telah hadir versi *online* yakni Tribun Jogja *Online* di dunia maya. Tribun Jogja adalah koran yang menempatkan pembaca sebagai orang yang terhormat dan menyajikan berita dengan lengkap. Untuk memperluas bidang usaha, Tribun Jogja saat ini juga menyelenggarakan dan melaksanakan jasa *event organizer* dalam rangka memperluas informasi dan promosi suatu barang dan jasa yang berskala regional, nasional, maupun internasional.

Tribun Jogja memiliki *tagline* yaitu “SPIRIT BARU DIY-JATENG” yang memiliki makna bahwa Tribun Jogja bercita-cita ingin mendampingi dan mengkritik pemerintah untuk mendorong terciptanya demokratisasi di wilayah DIY dan Jawa Tengah.

Tribun Jogja memiliki visi misi yaitu menjadi kelompok usaha penerbitan surat kabar, media *online* dan percetakan daerah terbesar dan tersebar di Indonesia melalui penyediaan informasi yang terpercaya untuk

memberikan spirit baru dan mendorong terciptanya demokratisasi di daerah dengan menjalankan bisnis beretika, efisien dan menguntungkan.

B. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2
Struktur Organisasi Perusahaan

Pemimpin dalam unit bisnis perusahaan membawahi beberapa manajer antara lain: Manajer Iklan, *Promotion-EO Superintendent*, Manajer Keuangan, Manajer Sirkulasi, Manajer Percetakan, Manajer PSDM (Pengembangan Sumber Daya Manusia) / Umum. Manajer tersebut juga membawahi beberapa staf-staf yang terkait dengan bidang masing-masing.

Masing-masing bagian tersebut memiliki masing-masing tugas yaitu:

- a. Bagian Iklan: Karena bidang usaha Tribun Jogja bergerak di bidang jasa, salah satunya yaitu menerbitkan iklan maka manajer Iklan bertanggung jawab dalam hal mencari klien yang akan beriklan via *online* maupun dalam bentuk cetak. Pendapatan dan penerimaan yang didapatkan dari iklan nantinya akan dikelola terlebih dahulu oleh

Bagian Iklan dengan membuat beberapa dokumen seperti *Invoice* dan OPI (*Order Pemasangan Iklan*) sebelum diberikan kebagian keuangan.

- b. Bagian *Promotion-Event Organizer*: Selain bidang usaha periklanan dan *printing*, surat kabar Tribun Jogja melebarkan bidangnya dengan melakukan promosi dan melakukan berbagai macam kegiatan. *Promotion-Event Organizer* bertanggung jawab dalam hal seperti pemasaran/branding dan kerjasama dengan pihak luar dalam penyelenggaraan *event*.
- c. Bagian Keuangan: Manajer Keuangan adalah pihak yang bertanggung jawab untuk mengatur pengeluaran kas (*outflow*) yang digunakan perusahaan. Bagian keuangan juga bertanggung jawab dalam hal mengelola penerimaan kas (*inflow*) dari Bagian Iklan, Bagian Promosi & Penyelenggaraan Kegiatan dan Bagian Sirkulasi.
- d. Bagian Sirkulasi: Jika Bagian Iklan bertanggung jawab terhadap hal yang berkaitan dengan iklan, maka Bagian Sirkulasi bertanggung jawab terhadap penjualan surat kabar kepada agen-agen, pengecer dan pengasong yang nantinya akan menjual lagi surat kabar tersebut kepada masyarakat. Hasil yang diperoleh dari penjualan surat kabar (dalam satuan eksemplar) dikelola terlebih dahulu dengan oleh Bagian Sirkulasi sebelum diserahkan ke Bagian Keuangan.
- e. Bagian Percetakan: Percetakan terletak terpisah dari kantor pusat Tribun Jogja. Bagian percetakan bertanggung jawab terhadap percetakan iklan maupun surat kabar termasuk desain dan jumlah yang akan dicetak.
- f. Manajer PSDM (Pengembangan Sumber Daya Manusia)/Umum: Manajer PSDM/Umum menyangkut bagian logistik, HRD (*Human Resource Development*), IT (*Information Technology*), Umum. Bagian HRD bertanggung jawab mengkoordinir dan memastikan proses rekrutmen karyawan baru, pelatihan karyawan, absensi karyawan dan melakukan perekapan gaji untuk karyawan. IT pada perusahaan bertanggung jawab untuk memastikan sistem, perangkat software dan

hardware di perusahaan berjalan dengan baik. Logistik pada perusahaan bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan, memesan, & melacak pengiriman barang kebutuhan/material cetak (tinta, kertas, plat, dll) dan Mengelola Gudang percetakan. Sedangkan Umum di perusahaan bertanggung jawab untuk melaksanakan pengelolaan surat-menyurat, kearsipan, dan administrasi umum, melaksanakan *monitoring*, evaluasi, dan pelaporan kegiatan Bagian Umum, Melaksanakan pengendalian dan pelaksanaan norma, standar, pedoman, dan petunjuk operasional di bidang umum, melakukan perawatan gedung, pemenuhan & pemesanan ATK untuk semua dept, dan bertugas dalam *supporting event*.

C. Bentuk Usaha/Institusi

Nama Perusahaan	: PT Media Tribun Jogja
NPWP	: 03.041.259.7-541.000
Klasifikasi Lapangan Usaha	: Penerbitan Surat kabar, Jurnal dan Majalah
Status Modal	: Swasta
Kewajiban Pajak	: PPN
Tanggal berdiri	: 5 Juli 2010
Alamat Perusahaan	: Jendral Sudirman No.52 Jogja
Nomor Telepon	: (0274) 557687

D. Bidang Usaha atau Aktivitas Institusi

Tribun Jogja melakukan tugas melayani masyarakat dengan menyampaikan informasi yang dibutuhkan masyarakat. Tribun Jogja adalah perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan penerbitan. Bidang usaha yang dijalankan oleh Tribun Jogja antara lain:

- a. Mencetak dan menerbitkan surat kabar
- b. Kerjasama periklanan
- c. Melakukan promosi/*branding* dan kerjasama *event*

Tribun Jogja pada praktik akuntansinya lebih banyak menggunakan PPH 23 sebagai bukti klien sudah menggunakan jasa penyedia tempat dan/atau waktu dalam media massa, media luar ruang atau media lain untuk menyampaikan informasi, dan/atau jasa periklanan.

Database yang digunakan dalam praktik akuntansi di Tribun Jogja sebelumnya adalah menggunakan MAS (*Media Advertising System*) namun karena perkembangan zaman dan perkembangan teknologi maka database yang digunakan adalah *Tesys* sebagai sistem *online* utama dalam perusahaan.

Tribun Jogja memiliki program yaitu TFC (*Tribun Family Card*) yang memiliki manfaat bagi *member* yang memilikinya untuk memperoleh kesempatan berbelanja gratis dan juga potongan harga sampai dengan 70%, di berbagai *merchant (sponsorship)* yang tersebar di seluruh Indonesia. Selain memberikan manfaat diatas, *member* yang memiliki TFC akan memperoleh surat kabar gratis selama satu tahun. Sedangkan bagi *merchant* yang memiliki TFC akan memiliki keuntungan gratis biaya promosi/iklan yang diakumulasi dari pengumpulan beberapa *member*. Bagi yang ingin mendaftar atau mengikuti program TFC bisa mengisi saldo dari harga:

a. Paket A: Seharga Rp650.000,-/tahun

Yang memiliki benefit:

- Kartu TFC Premium (Masa aktif selama satu tahun)
- Gratis langganan koran selama satu tahun
- Gratis iklan baris sebanyak 108 baris selama satu tahun
- Belanja gratis & discount di 18 provinsi di Indonesia
- *Discountevent* di Tribun Jogja
- Gratis menghadiri *TFC Day* selama menjadi member

- b. Paket B: Seharga Rp850.000,-/tahun
- Kartu TFC Premium (Masa aktif selama satu tahun)
 - Gratis langganan koran selama satu tahun
 - Gratis iklan baris sebanyak 200 baris selama satu tahun
 - Belanja gratis & discount di 18 provinsi di Indonesia
 - *Discountevent* di Tribun Jogja
 - Gratis menghadiri *TFC Day* selama menjadi member
- c. Paket C: Seharga Rp1.000.000,-/th
- Kartu TFC Premium (Masa aktif selama satu tahun)
 - Gratis langganan koran selama satu tahun
 - Gratis iklan baris sebanyak 350 baris selama satu tahun
 - Belanja gratis & discount di 18 provinsi di Indonesia
 - *Discountevent* di Tribun Jogja
 - Gratis menghadiri *TFC Day* selama menjadi member