

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

##### **2.1.1 PT. Jasatama Pola Media Sejarah Perusahaan**

Jasatama pada awalnya lahir atas dasar kepentingan Sirkulasi Kompas yang mengalami kesulitan untuk memastikan produknya sampai ke tangan pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Selain itu juga untuk melayani pelanggan harian Kompas di wilayah tertentu yang belum terlayani oleh agen-agen regular. Hal ini disebabkan karena Sirkulasi Kompas tidak memiliki kontrol langsung atas jalur distribusi hingga sampai ke pelanggan akhir. Ketika itu, tahun 1995, pelanggan banyak menyampaikan keluhan ke Sirkulasi Harian Kompas tentang tingginya harga berlangganan Kompas yang harus dibayar jauh melebihi harga yang telah ditetapkan atau permasalahan terlambatnya pengiriman produk Kompas ke pelanggan. Sirkulasi Kompas terbentur kesulitan untuk memperluas jangkauan distribusi karena keengganan agen regular untuk mengantar Harian Kompas ke wilayah tertentu dengan pelanggan yang jumlahnya masih sedikit.

Untuk mendorong agen-agen melakukan perbaikan kinerja seperti yang diharapkan pelanggan maupun penerbit, maka didirikanlah PT. Jasatama Polamedia di Bekasi, Indonesia dengan akta pendirian No. 10 tanggal 01 Februari 1995 dari Notaris H. Abu Yusuf, SH. Anggaran Dasar Perusahaan telah mendapat pengesahan dari

Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan surat keputusan No. C 2-17.037.HT.01.01 Th. 1995 tanggal 26 Desember 1995 dan mulai beroperasi pada tanggal 27 Maret 1995 yang ditetapkan pula sebagai Hari Ulang Tahun PT. Jasatama Polamedia.

### **2.1.2 PERKEMBANGAN PERUSAHAAN.**

Pada awal pembentukannya di bawah pimpinan Antonius Kardjono, Jasatama melayani langsung distribusi pelanggan di wilayah Tangerang dan Bekasi. Kemudian menyusul bekerja sama dengan sirkulasi daerah untuk wilayah Surabaya, Yogyakarta, Semarang. Jasatama pada awal pembentukannya hanya melayani produk-produk Kompas Gramedia baik berupa koran maupun majalah dan tabloid.

Untuk mendorong terlaksananya layanan dan harga standar oleh agen-agen regular ketika itu, Jasatama menerapkan standar harga penerbit dan pelayanan prima. Dengan demikian agen-agen regular mulai mengikuti layanan pengiriman standar sehingga distribusi media cetak produksi Kompas Gramedia memberikan kinerja pelayanan yang lebih baik kepada pelanggannya.

Selanjutnya profil perkembangan Perusahaan akan disajikan dalam rentang waktu lima tahunan.

### **1. Periode 1995 – 2000: Masa pembentukan SP baru dilakukan oleh SIRDA**

#### **Kompas**

Atas dasar permintaan pelanggan dan untuk meningkatkan layanan, maka Jasatama mulai melayani permintaan pengiriman produk di luar produk KG khususnya bagi yang sudah berlangganan produk KG terlebih dahulu.

Setelah berdirinya SP (Service Point) di wilayah Tangerang dan Bekasi yang dikelola oleh Jasatama, kemudian dibuka SP di wilayah Surabaya, Jogjakarta, Semarang, Batam, Medan dan Bali dengan pengelolaan oleh Sirkulasi Daerah Kompas di masing–masing wilayah kerja tersebut. Pada awal dibukanya Service Point tersebut diatas Jasatama melayani pelanggan langsung dan pelanggan eceran maupun sub agen. Pada masa ini pun pernah dibentuk penjualan merchandise produk KG dengan nama Pojok Kompas di wilayah Surabaya dan Bogor.

### **2. Periode 2000-2005: Pengembangan jangkauan distribusi melalui Service Point**

Dimulai sejak tahun 2000, semua wilayah masuk dalam pengelolaan PT Jasatama Polamedia sehingga tidak terpisah-pisah lagi di Sirkulasi Daerah Kompas dan segala perkembangan keuangan dapat dipantau secara periodik dari pusat.

Pada periode ini, Jasatama mendapatkan tantangan lain berupa pasar layanan yang semakin jenuh dikarenakan pelanggan telah terlayani oleh agen-agen yang dikelola oleh sirkulasi Kompas Gramedia. Oleh karena itu Jasatama mengembangkan pasar di wilayah Makasar, Batam, Lampung, Medan, Surabaya, Yogyakarta, Semarang dan

Palembang. Pada tahun 2003, manajemen membuat kebijakan menutup semua penjualan eceran dan sebagian langganan kecuali di wilayah Batam dan Surabaya, termasuk wilayah Kediri, Madiun, Kudus, Jepara, Indramayu, Makassar, Denpasar, Banjarmasin dan Lampung yang ditutup karena belum efektifnya pengendalian terhadap kinerja daerah tersebut.

Usaha-usaha pengembangan bisnis diatas membuat Jasatama memiliki enam wilayah, 58 Service Point Langganan dan 14 Service Point Eceran. Produk yang dilayani pun semakin banyak mulai dari Kompas, produk kelompok majalah, kelompok Media Olahraga, Warta Kota, Tribun dan Kontan.

### **3. Periode 2005-Sekarang: Masa pertumbuhan melalui akuisisi dan tender, diversifikasi layanan**

Pada periode ini, Jasatama mulai melakukan akuisisi agen regular dimana agen-agen tersebut tidak dapat mempersiapkan regenerasi untuk melanjutkan bisnisnya. Dengan strategi ini pendapatan berkembang lebih cepat dan Jasatama dapat terus melayani pelanggan yang dahulu dilayani oleh agen regular tersebut, terutama untuk pelanggan produk Kompas.

Demi mengikuti perkembangannya yang dinamis, struktur organisasi Jasatama turut diubah dengan adanya Area-1 & 2 yang dipimpin oleh Marketing Manager dengan tanggung jawab mengendalikan operasional Jasatama yang semakin luas.

Pada tahun 2008 Jasatama mulai mengikuti tender di instansi–instansi dan berhasil memenangkan tender pengadaan media cetak di Bank Indonesia Jakarta dan DPR RI. Dengan pengadaan media cetak di instansi tersebut, Jasatama melayani semua produk yang diminta dari instansi baik produk KG maupun non-KG.

Kemudian dengan meningkatnya permintaan pelanggan agar Jasatama dapat melayani pemuatan iklan, khususnya iklan baris dan kolom, Jasatama mulai mengembangkan peluang bisnis ini dengan membuka layanan penerimaan iklan baik di Service Point, Kantor Wilayah maupun Kantor Pusat.

Jasatama Polamedia yang berkantor pusat di Gedung Kompas Gramedia unit 1 lantai 3 , Jl. Palmerah Barat No. 33- 37 Jakarta membagi wilayah kerjanya menjadi 2 ( dua ) wilayah, yaitu:

- a. Area 1 meliputi wilayah kerja Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur dan Bali.
- b. Area 2 meliputi wilayah Jabodetabek, Jabar dan Sumatera yang terbagi dalam 4 (empat) wilayah kerja Service Point : Bekasi, Tangerang, Jakarta-Sumatera, dan Jawa Barat.

Hingga saat ini cakupan layanan Jasatama meliputi 24 kota besar di Indonesia (Jakarta, Bekasi, Tangerang, Cilegon, Lampung, Depok, Bogor, Bandung, Cirebon, Tegal, Pekalongan, Purwokerto, Solo, Semarang, Jogjakarta, Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Malang, Jember, Denpasar, Palembang, Batam dan Medan)



Sumber : PT. Jasatama Polamedia

Gambar 2.1.2

*Peta cakupan wilayah layanan Jasatama*

Jasatama bergerak di bidang usaha distribusi media cetak yang mengutamakan distribusi produk Kompas Gramedia. Jasatama melayani distribusi produk kepada pelanggan individu secara langsung di perumahan maupun pelanggan institusi di perkantoran, Perusahaan, Perhotelan dan jaringan Minimarket.

Khusus wilayah kerja Jawa Timur dikarenakan terbatasnya jaringan distribusi PT. Sirkulasi Kompas Gramedia (SKG) dan adanya persaingan dengan media lokal, Service Point Jawa Timur selain melayani langganan juga melayani distribusi eceran untuk kepentingan penjualan produk–produk Kompas Gramedia.

### **2.1.3 Visi Misi PT. Jasatama Polamedia**

PT. Jasatama Polamedia Bandung mempunyai Visi Misi sebagai berikut :

1. Visi

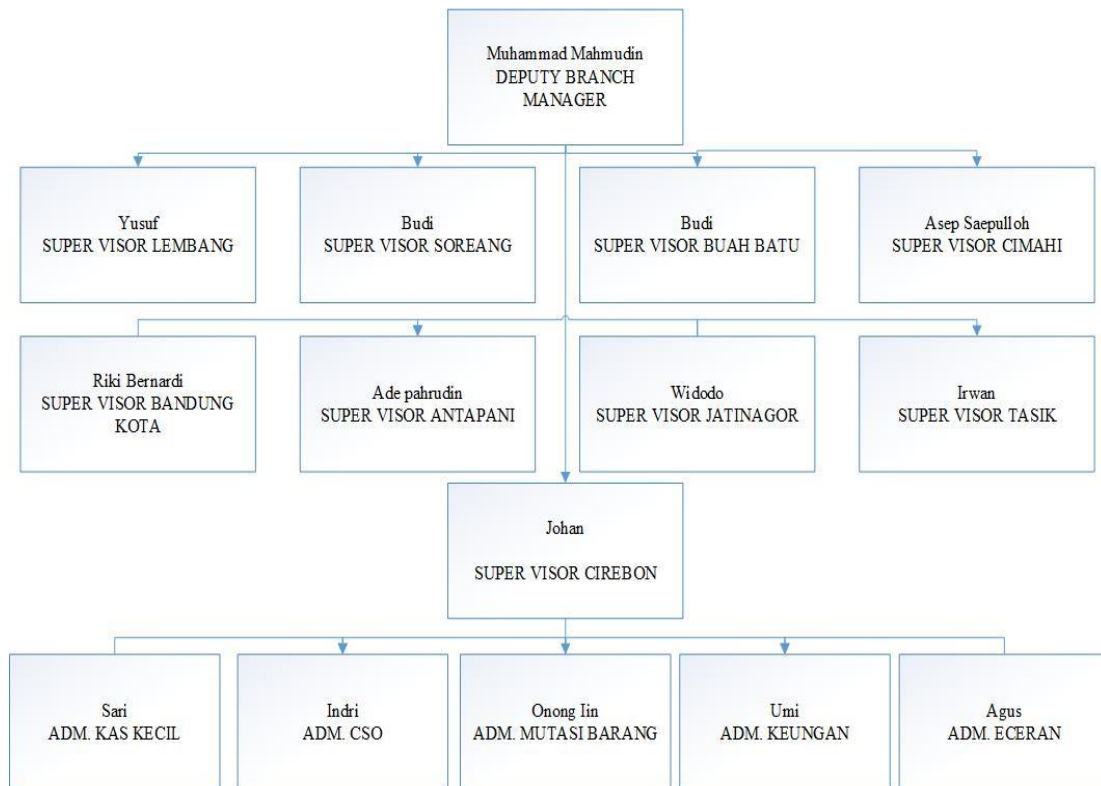
Menjadi distributor media cetak professional, mandiri dan terbesar di Indonesia

2. Misi

- a. Profesional : Service Point Jasatama Harus dapat memberikan layanan dan kepuasan lebih dari yang diharapkan pelanggan.
- b. Mandiri : adalah dapat mendanai seluruh kegiatan operasional dan merintis business franchise keagenan media cetak.
- c. Terbesar : dalam pengertian jumlah pelanggan terbanyak dibandingkan agen lain di Indonesia.

### **2.2 Struktur Organisasi PT. Jasatama Polamedia**

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang di harapkan dan di inginkan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa, jadi ada satu pertanggung jawaban apa yang akan di kerjakan. Adapun struktur organisasi PT. Jasatama Polamedia Bandung adalah sebagai berikut.



Sumber : PT. Jasatama Polamedia

Gambar 2.2 Struktur Organisasi

PT. Jasatama Polamedia

### 2.3 Deskripsi Jabatan

Deskripsi jabatan adalah pernyataan faktual dan terorganisasi perihal kewajiban dan tanggung jawab pekerjaan tertentu. Sebagian besar pegawai mengetahui deskripsi pekerjaannya karena sering kali pegawai baru dilengkapi dengan penjelasan-penjelasan tentang pekerjaan mereka selama masa orientasi dan pelatihan. Untuk lebih jelas berikut ini adalah deskripsi jabatan PT. Jasatama Polamedia Bandung.



### Deputy Branch Manager

- a. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan dibidang administrasi keuangan, administrasi *customer service officer*, administrasi kas kecil, administrasi mutasi barang, administrasi eceran, *Super Visor*, pelayanan pelanggan, pengembangan pelanggan dan piutang pelanggan
- b. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan pengadaan dan peralatan perlengkapan.
- c. Merencanakan dan mengembangkan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan dan kekayaan perusahaan..
- d. Memimpin seluruh bagian-bagian perusahaan
- e. Memimpin rapat umum, dalam hal: untuk memastikan pelaksanaan tata-tertib; keadilan dan kesempatan bagi semua untuk berkontribusi secara tepat; menyesuaikan alokasi waktu per item masalah; menentukan urutan agenda; mengarahkan diskusi ke arah konsensus; menjelaskan dan menyimpulkan tindakan dan kebijakan.

#### 1. *Super Visor*

- a. Mengawasi pelayanan pelanggan
- b. Mengawasi pengembangan pelanggan
- c. Mengawasi piutang pelanggan dan
- d. Melaporkan kegiatan lapangan kebagian administrasi
- e. Mengawasi dan melaporkan penjualan produk eceran di *outlet-outlet* diseluruh kota bandung.

- f. Melayani pelanggan daerah sesuai dengan daerah bagiannya
2. Administrasi Kas Kecil
    - a. Menjalankan fungsi manajemen
    - b. Mencatat keuangan rutin harian
    - c. Menerima laporan keuangan harian dari Super Visor
    - d. Mendani kebutuhan harian perusahaan
  3. Administrasi *Customer Service Officer*
    - a. Menjalankan fungsi manajemen
    - b. Melayani kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan
    - c. Melayani keluhan pelanggan
    - d. Melayani order pelanggan
  4. Administrasi Mutasi Barang
    - a. Menjalankan fungsi manajemen
    - b. Menyediakan laporan pengurangan barang atau penambahan barang
    - c. Menyediakan laporan mutase barang rusak, retur, mutase barang atas permintaan dan mutase antar perusahaan PT. Jasatama Polamedia dengan Kelompok Kompas Gramedia (KKG)
  5. Administrasi Keuangan
    - a. Menjalankan fungsi manajemen
    - b. Membuat kebijakan masalah keuangan perusahaan
    - c. Membuat laporan keuangan

d. Mengurus sistem pengajian pegawai

6. Administrasi Eceran

a. Menjalankan fungsi manajemen

b. Menginput data penjualan eceran harian produk Kompas

c. Membuat laporan harian produk yang dijual eceran yang diterima dari *Super Visor* eceran harian.

d. Membuat laporan penjualan produk Kompas yang dijual secara eceran.

#### **2.4 Aspek Kegiatan Usaha PT. Jasatama Polamedia**

PT. Jasatama Polamedia mempunyai aspek kegiatan usaha sebagai distributor produk Kompas dari Kelompok Kompas Gramedia (KKG) meliputi :

a. Pelayanan Pelanggan

Yaitu menerima order produk, penyedia informasi bagi pelanggan serta menerima keluhan pelanggan

b. Pengembangan Pelanggan

Yaitu mengembangkan bisnis perusahaan, dengan cara memperluas pemasaran, mencari pelanggan, dan kemitraan dengan perusahaan atau instansi lain.

c. Piutang Pelanggan

Yaitu sistem pembayaran produk yang di berikan kepada pelanggan yang berlanggan, pelanggan diperbolehkan membayar produk Kompas setelah satu bulan pemakaian.