

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

Dalam Bab II ini peneliti akan menjelaskan dan mendeskripsikan obyek penelitian yaitu Penerbit-Percetakan Kanisius beserta deskripsi mengenai struktur organisasi dan aktivitas *kanisius reading community* (KRC) terkait dengan fungsinya dalam menjalin hubungan dengan pelanggan di Penerbit-Percetakan Kanisius.

A. SELINTAS SEJARAH PENERBIT-PERCETAKAN KANISIUS

Pada tanggal 26 Januari 1922, jauh sebelum kemerdekaan Republik Indonesia, *Canisius Drukkerij* (Percetakan Kanisius) didirikan di Yogyakarta sebagai sebuah karya misi. Percetakan ini membantu menyediakan buku-buku pelajaran bagi sekolah kaum pribumi serta buku-buku doa bagi Gereja Katolik di Indonesia. Sekitar tahun 1928, *Canisius Drukkerij* mencetak beberapa majalah pergerakan, seperti *Tamtama Dalem* dan *Swaratama* yang memberi kontribusi penting dalam perjuangan kaum muda di Indonesia untuk meraih kemerdekaan.

Di awal kemerdekaan, Pemerintah Indonesia mempercayai Percetakan Kanisius untuk mencetak ORI, Oeang Republik Indonesia. Itulah pertama kalinya ORI dicetak dan diedarkan sebagai alat perjuangan mempertahankan kemerdekaan setelah proklamasi 17 Agustus 1945. Setelah penyerahan kedaulatan Republik Indonesia, Indonesia memasuki era baru: “Proses Indonesiasi”. Percetakan Kanisius, memberikan kontribusi dalam Proses

Indonesianisasi, dengan menerbitkan buku-buku pelajaran berbahasa Indonesia. Sejak saat itu karya Kanisius bukan hanya percetakan, melainkan juga penerbitan. Memasuki tahun 1970, Penerbit-Percetakan Kanisius dikelola dalam kerjasama yang harmonis antar Pastor Jesuit dan awam.

Pada periode tersebut, terjadi begitu banyak langkah modernisasi, pengembangan Sumber Daya Manusia dan kemandirian finansial. Pada pertengahan 1990-an, Penerbit-Percetakan Kanisius memperluas layanan hingga ke jenis produk majalah dan multimedia. Kini 91 tahun berkarya Kanisius tetap berkomitmen untuk menghasilkan produk-produk media, yang diharapkan mampu memberikan pencerahan dan memberdayakan manusia, membangkitkan sensitivitas manusia terhadap kondisi disekitarnya.

B. VISI DAN MISI PENERBIT-PERCETAKAN KANISIUS

Setelah lebih kurang 14 tahun berjalan dengan Visi-Misi yang dirumuskan pada tahun 1997, mulai tahun 2011/2012 Penerbit-Percetakan Kanisius merumuskan kembali visi-misinya. Visi-Misi yang baru ini berangkat dari kerinduan untuk menjawab keprihatinan dan tantangan dewasa ini. Pada bagian nilai, visi-misi 2011 memberikan fokus perhatian pada tujuh nilai yang dipandang penting dan sesuai dengan situasi. Visi-Misi 2011 tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Visi

Menjadi Penerbit-Percetakan profesional yang berperan aktif dalam panggilan gereja untuk mewujudkan masyarakat yang lebih beriman dan bermartabat.

2. Misi

- a. Menyediakan produk dan jasa yang berkualitas di bidang penerbitan dan percetakan untuk gereja dan dunia pendidikan
- b. Mengembangkan kompetensi karyawan untuk bekerja dalam tim demi kepuasan pelanggan
- c. Menyelenggarakan pemasaran yang etis dan efektif
- d. Membangun sinergi dengan mitra-mitra strategis secara intensif
- e. Mengembangkan tata kelola perusahaan yang sehat , transparan, dinamis dan akuntabel
- f. Mendukung karya pendidikan (Yayasan Kanisius)

Penerbit-Percetakan Kanisius mempunyai slogan yang dirumuskan berdasarkan misi perusahaan. Slogan tersebut berbunyi “Kanisius Melayani”, memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan adalah satu-satunya pilihan bagi kami karena kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama bagi kami.

Bagi Penerbit-Percetakan Kanisius kepuasan pelanggan merupakan muara dari semua aktivitas yang dilakukan. Penerbit-Percetakan Kanisius ada untuk pelanggan, tumbuh dan berkembang bersama pelanggan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi orientasi dari semua aktivitas yang dilakukan. Aktivitas perusahaan yang berkaitan langsung dengan pelanggan yaitu pemasaran.

Penyelenggaraan pemasaran yang baik akan menjadi penggerak dari penyelenggaraan proses penyediaan produk dan jasa. Dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan, semua aktivitas, baik yang menghasilkan produk maupun jasa menjadi sangat berarti. Memelihara dan menambah jumlah pelanggan merupakan hal yang penting dalam menyelenggarakan pemasaran secara etis dan efektif.

Kaidah-kaidah positif, etika dalam berbisnis harus tetap dijunjung tinggi dan moralitas dalam menjalankan pemasaran juga harus dipegang teguh. Penerbit-Perencanaan Kanisius menerapkan kepada semua insan Kanisius untuk memelihara pelanggan dengan layanan-layanan yang baik dan menjadikan mereka pelanggan yang setia. Dengan begitu para pelanggan baru akan bertumbuh terus menerus.

C. STRUKTUR ORGANISASI PENERBIT-PERCETAKAN KANISIUS

Penerbit-Perencanaan Kanisius merupakan bagian dari lembaga non-profit Yayasan Kanisius yang memiliki orientasi karya percetakan dan penerbitan. Penerbit-Perencanaan Kanisius merumuskan kinerja perusahaan dengan mengedepankan karya pelayanan dan pembangunan relasi. Saat ini Kanisius mempunyai 2500 orang karyawan yang bekerja dalam karya pelayanan gereja dan dunia pendidikan.

Suatu organisasi pasti mempunyai struktur organisasi. Struktur organisasi merupakan bagian terpenting dari suatu organisasi. Demikian juga pada Penerbit-Perencanaan Kanisius terdiri dari struktur organisasi yang disusun berdasarkan kewenangan dan tugas masing-masing bagian.

Berdasarkan gambar struktur organisasi tersebut dapat dilihat bahwa jabatan teratas pada Penerbit-Percetakan Kanisius diduduki oleh Direktur. Direktur merupakan jabatan tertinggi dalam struktur organisasi. Direktur sebagai pemimpin organisasi membawahi semua divisi dan mempunyai kewenangan dalam pengambilan keputusan bagi organisasi. Direktur Penerbit-Percetakan Kanisius membawahi 4 Departemen yaitu : Departemen Sumber Daya Manusia, Departemen Penerbitan, Departemen Percetakan, Departemen Keuangan.

Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa terdapat bagian yang berada pada leher organisasi yaitu Kepala Sekretariat Perusahaan. Sekretariat Perusahaan sendiri merupakan jabatan yang setingkat dengan divisi. Sekretariat perusahaan menjalankan kegiatan perusahaan dan pengelolaan dokumen-dokumen perusahaan serta mengelola kegiatan *corporate public relations* dan *corporate social responsibility*. Sekretariat perusahaan dikepalai oleh Kepala Sekretariat perusahaan dan terdapat tiga bagian di dalamnya, yaitu resepsionis, humas dan staf.

Bagian humas merupakan bagian yang berada di leher perusahaan. Penempatan humas pada leher perusahaan dikarenakan humas diperlukan untuk mencakup semua divisi-divisi dibawahnya dan kegiatan yang berhubungan dengan perusahaan serta tanggungjawabnya langsung kepada pimpinan organisasi. Peran humas pada leher perusahaan juga mempunyai kewenangan dalam memberikan masukan kepada pimpinan organisasi terkait dengan relasinya.

Tugas humas secara garis besar yaitu memegang peran dalam mengadakan *event-event* perusahaan yang berhubungan dengan pengembangan relasi perusahaan. Bagian humas merupakan bagian yang menghubungkan relasi antara organisasi dengan pihak seperti media, pemerintah dan komunitas. Hal ini ditunjukkan dengan peran humas dalam mengadakan *event* perusahaan yang melibatkan relasi media, peran humas dalam menjalin relasi dengan lembaga-lembaga yang terkait, dan peran humas dalam mengadakan *corporate social responsibility (CSR)*. Sedangkan untuk relasinya dengan pelanggan tidak menjadi tugas dari humas, akan tetapi dilakukan oleh divisi lain dan dipegang oleh *KRC*.

Kanisius reading community (KRC) merupakan bagian yang tergabung dalam Departemen Penerbitan. Departemen Penerbitan merupakan departemen yang mengurus segala hal yang berkaitan dengan penerbitan. Di dalam departemen penerbitan terdapat beberapa bidang antara lain : bidang produk kependidikan dan umum, bidang produk gerejawi, bidang *digital publishing*, bidang *sales support*, dan bidang penjualan.

Setiap bidang tersebut dibagi lagi ke dalam beberapa divisi. *KRC* sendiri berada pada bidang penjualan. Bidang penjualan mempunyai dua divisi yaitu Divisi Pemasaran dan Divisi Taman Komunikasi. *KRC* tepat berada dibawah Divisi Taman Komunikasi. Divisi Taman Komunikasi mempunyai tugas yaitu melakukan pelayanan penjualan *retail* atas produk buku dan multimedia di *showroom* Kanisius. *KRC* berada pada Divisi Taman Komunikasi yang bertugas menjalankan fungsi pemeliharaan hubungan dengan pelanggan,

melakukan pelayanan administrasi penjualan, serta menangani keluhan penjualan dari pelanggan.

D. PRODUK

Penerbit-Percepatan Kanisius merupakan suatu organisasi yang bergerak di bidang penerbitan dan percetakan buku-buku yang bersifat gerejawi dan pendidikan. Produk Penerbit-Percepatan Kanisius diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu produk rekomendasi dan produk non rekomendasi. Produk rekomendasi meliputi buku-buku yang diterbitkan oleh Penerbit-Percepatan Kanisius sedangkan produk non rekomendasi meliputi barang-barang devosional seperti madah bakti, buku-buku doa, rosario, salib, patung, aksesoris dan lain-lan).

1. Buku-buku

Buku-buku terbitan Kanisius secara umum diklasifikasikan kedalam tiga kelompok besar: pendidikan, kemasyarakatan-sosial/humaniora, dan gerejawi. Kategori buku-buku pendidikan, meliputi buku-buku teks untuk sekolah dan perguruan tinggi, baik formal maupun informal. Selain buku-buku teks, Penerbit-Percepatan Kanisius juga menerbitkan buku-buku inspirasi pendidikan yang memotivasi orang untuk menerapkan pendekatan alternatif yang kreatif dan menyenangkan. Kategori buku-buku kemasyarakatan-sosial/humaniora, meliputi buku-buku referensi di bidang pertanian-peternakan, teknologi tepat guna, kepribadian, psikologi populer, kesehatan, hingga buku-buku referensi sosial, ekonomi, budaya, dan filsafat. Kategori buku-buku gerejawi, meliputi buku-buku doa, liturgi,

inspirasi, kitab suci, teks teologi, spiritualitas, hingga sejarah gereja. Penerbit-Percetakan Kanisius telah menerbitkan lebih dari 5000 judul buku dan dan sekitar 3000 judul buku aktif di pasar. Dalam dekade terakhir ini, Penerbit-Percetakan Kanisius menerbitkan rata-rata 400 judul baru dan mencetak ulang rata-rata 800 judul buku per tahun.

2. Multimedia

Menanggapi perkembangan zaman dan teknologi informasi, Penerbit-Percetakan Kanisius juga memproduksi sarana multimedia, seperti kaset audio, VCD interaktif, kartu-kartu ucapan, poster, alat bantu mengajar, dan berbagai alat permainan edukatif yang terekomendasi baik secara nasional maupun internasional.

3. Majalah

Sejak awal tahun 2000 Penerbit-Percetakan Kanisius mengelola 3 majalah Jesuit yaitu: *Basis* (majalah analisis sosial dan budaya bagi kaum intelektual), *Utusan* (majalah spiritual untuk kaum awam) dan *Rohani*, (majalah spiritual bagi kaum religius).

E. KANISIUS READING COMMUNITY (KRC)

Pada tahun 1992 Penerbit-Percetakan Kanisius membentuk taman komunikasi. Taman Komunikasi merupakan jembatan komunikasi dengan berbagai pihak yang ingin mengenal Kanisius melalui buku-bukunya dari berbagai kalangan, segala usia, tanpa pandang sekat-sekat perbedaan dalam masyarakat. Divisi Taman komunikasi melakukan pelayanan penjualan atas produk buku dan multimedia Kanisius. Melalui penjualan produk buku dan

multimedia Kanisius di Taman Komunikasi maka Penerbit-Percetakan Kanisius memiliki konsumen yang semakin luas, tidak hanya berasal dari sebuah institusi seperti gereja, sekolah, perguruan tinggi, perkantoran, dan lain-lain.

Dari dibentuknya Taman Komunikasi, Penerbit-Percetakan Kanisius kemudian menyadari bahwa konsumen yang datang ke taman komunikasi sifatnya lebih ke individu sehingga perlu untuk memelihara relasi dan menambah jumlah pelanggan loyal. Dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan tersebut maka pada tahun 1997 dibentuklah yang namanya *kanisius reading community (KRC)*. Sejak awal berdirinya *KRC* mempunyai banyak peminat hingga saat ini.

Kanisius reading community (KRC) dicetuskan sebagai wadah bagi para pecinta buku yang menghendaki informasi aktual dan kemudahan dalam memperoleh produk-produk Penerbit Kanisius, baik buku maupun multimedia (CD, kaset). Sebagai pelanggan setia Penerbit-Percetakan Kanisius, anggota *KRC* bisa menikmati pelayanan dan diskon khusus. Hingga kini, tercatat lebih dari 3.500 anggota *KRC* yang aktif memanfaatkan layanan Kanisius. Anggota *KRC* tidak hanya berasal dari wilayah D.I.Yogyakarta saja tetapi dari seluruh cabang Kanisius di berbagai wilayah antara lain Jawa Tengah, Jakarta, Bandung, Surabaya, Palembang.

1. Fasilitas Anggota *KRC*

Beberapa manfaat yang didapat dari menjadi anggota *KRC*, antara lain :

- a. Diskon 20% untuk pembelian buku-buku terbitan Kanisius.

- b. Diskon 10% untuk pembelian produk Kanisius Multimedia (kaset, kartu, poster, CD lagu, CD Tell Me More, BABA).
- c. Diskon 10% jika berlangganan minimal 1 tahun majalah-majalah terbitan Kanisius (Utusan, Basis, Rohani).
- d. Mendapat Info *KRC* secara berkala berupa buletin *KRC*.
- e. Mendapat Kartu Anggota (berlaku untuk 2 tahun).

2. Aktivitas *KRC*

Pada struktur organisasi Penerbit-Percetakan Kanisius, *KRC* merupakan bagian dari bidang penjualan yang berada pada divisi taman komunikasi yang berfungsi menjalin relasi dengan anggota *KRC*. Dalam menjalankan fungsinya *KRC* memiliki beberapa aktivitas antara lain :

- a. Pemberian informasi secara berkala (tiga bulan sekali) berupa buletin dan *email*. Buletin di kirim melalui pos ke semua alamat anggota *KRC*. Buletin *KRC* berisi referensi buku-buku terbaru terbitan Kanisius.
- b. Pemberian informasi mengenai buku-buku terbaru dan info kegiatan melalui sms dan *email*. Pemberian informasi ini mendukung buletin triwulan. Informasi melalui sms ini berisi pesan singkat mengenai beberapa judul dan pengarang buku terbaru terbitan Kanisius.
- c. Kegiatan-kegiatan seperti seminar dan *workshop* bagi anggota *KRC*. Biasanya kegiatan yang diadakan merupakan kegiatan yang tergabung dengan divisi lain. Kegiatan yang pernah dilakukan antara lain : pelatihan prodiakon, berbagai *talks show* dan seminar bedah buku.

- d. Melakukan *active selling* yaitu dengan menawarkan produk secara langsung bertatap muka kepada anggota *KRC* yang datang ke *showroom*. Kegiatan *active selling* dilakukan dengan pendekatan interpersonal langsung kepada anggota *KRC*. Kegiatan ini dinilai efektif karena tepat pada sasaran yang ingin dituju dan dapat semakin mempererat relasi yang lebih dekat pada anggota *KRC*.

3. Tugas *Customer Care KRC*

Kanisius reading community dikelola oleh *customer care KRC*.

Customer care KRC bertugas untuk melayani pelanggan yang tergabung sebagai anggota *KRC* baik yang terdaftar secara *off line* maupun *on line*.

Beberapa tugas dari *customer care KRC* antara lain :

- a. Melayani pendaftaran anggota *KRC* di *show room* *Kanisius* maupun melalui *on line*. Pendaftaran *KRC on line* dilakukan melalui *website* *Kanisius* dan pembayaran dilakukan secara transfer.
- b. Melayani pembelian melalui transaksi *offline* maupun *on line*. Transaksi *offline* dilakukan di *show room* *Kanisius* sedangkan transaksi *on line* dilakukan juga melalui *website* *Kanisius*.
- c. Memberikan informasi secara berkala mengenai buku-buku terbaru dan info kegiatan seperti seminar, *workshop* melalui *email* dan buletin *KRC*.
- d. Melayani informasi, saran dan keluhan anggota *KRC*.
- e. Kegiatan administrasi lainnya seperti surat menyurat, mengirimkan pesanan *hardcopy* dan *softcopy*.

4. Program-program *KRC*

Selain itu, *KRC* juga mempunyai program-program yang mendukung dalam menjalin relasi dengan pelanggan. Program-program tersebut antara lain :

a. Program Sapaan Relasi

Program sapaan relasi terbentuk sejak terbentuknya *KRC* pada tahun 1997. Program sapaan relasi merupakan program yang bertujuan mempererat relasi antara Penerbit-Percetakan Kanisius dengan anggota *KRC*. Penerbit-Percetakan Kanisius menjalankan program Sapaan Relasi ini tentu dengan menyapa anggota *KRC* dalam berbagai bentuk cara, antara lain dengan memberikan ucapan selamat ulang tahun pada pelanggan via SMS atau pun telepon.

Selain mengucapkan selamat ulang tahun sekaligus memberikan diskon khusus dihari ulang tahun pelanggan jika ingin membeli buku di *showroom* Kanisius. Selain itu dalam program ini juga dijalankan rasa solidaritas yang ditunjukkan dari kepedulian dan perhatian Kanisius pada anggota *KRC* beragama dan merayakan hari rayanya yaitu dengan mengirim kartu ucapan Natal, Tahun Baru, Imlek, Idul Fitri, Waisak, Nyepi, dan lain-lain.

b. Program Hari Pelanggan

Hari pelanggan diperingati pada tanggal 5 September. Dalam rangka memperingati hari pelanggan nasional, Penerbit-Percetakan Kanisius membuat program spesial untuk pelanggan antara lain : Penerbit-

Percetakan Kanisius mengadakan program membagikan bonus hadiah kepada anggota *KRC* yang datang ke *showroom* pada hari pelanggan tersebut. Hal ini dilakukan untuk memberikan penghargaan dan perhatian pada pelanggan Kanisius. Selain itu diadakan pendaftaran gratis bagi anggota *KRC* dan perpanjangan anggota *KRC* pada bulan September.

c. Program Pelatihan Prodiakon

Program pelatihan prodiakon diperuntukan bagi anggota *KRC* yang terlibat aktif dalam pelayanan prodiakon di gereja-gereja. Program ini dilakukan untuk memberikan pelatihan bagi prodiakon-prodiakon dalam melakukan pelayanan bagi gereja yaitu dengan memberikan pembelajaran membaca dan menafsirkan bacaan kitab suci sebagai bahan homili.

d. Program *Gathering* wilayah DIY

Program *Gathering* pertama kali dilakukan bersamaan dengan moment seminar besar yang diadakan Penerbit-Percetakan Kanisius pada tanggal 16 Desember 2012 dengan tema “ Si Monyet Cerdik, Tips Terapi Trauma Anak” oleh pembicara Bapak Khrisnamurti. Dalam *gathering* ini mengundang anggota *KRC* yang berada di wilayah DIY saja. Tujuan *gathering* ini yaitu mengajak anggota *KRC* berpartisipasi dalam acara seminar yang diadakan oleh Kanisius. Seminar sekaligus *gathering* ini menunjukkan kepedulian Kanisius terhadap kebutuhan bagi anggota *KRC*.