

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Sektor industri penerbitan dan percetakan menunjukkan pertumbuhan yang pesat meskipun kondisi ekonomi nasional sempat terguncang akibat krisis moneter tahun 1998. Bahkan, sektor ini cenderung tetap stabil dan terus berkembang karena meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya ilmu pengetahuan dan akses informasi. Namun demikian, persaingan dalam menarik konsumen di bidang percetakan tidak semudah seperti pada industri lainnya. Saat ini, bisnis penerbitan telah berkembang luas di berbagai belahan dunia dengan karakteristik masing-masing baik dari sisi produk, sistem manajemen, segmentasi pasar, maupun pelanggan. Hal ini menyebabkan tingkat persaingan dalam industri ini terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu (Putri, 2012).

Proses penerbitan buku adalah perjalanan yang penuh tantangan dan komitmen, namun dengan pemahaman yang baik mengenai setiap tahapannya, penulis dapat membawa karyanya dari naskah menjadi buku yang siap dibaca. Setiap prosesnya, mulai dari menulis dan menyempurnakan naskah, memilih penerbit, menyunting naskah, mencetak, mendesain, hingga memasarkan dan mendistribusikan buku tersebut membutuhkan perhatian dan ketelitian. Bagi seorang penulis, proses ini bukan hanya tentang menghasilkan karya, tetapi juga tentang memahami dinamika industri penerbitan dan bagaimana navigasinya dengan bijaksana. Proses penerbitan buku sebenarnya adalah suatu proses yang sangat rumit dan harus melalui beberapa tahap. Jadi tidak heran saat proses penerbitan itu dilakukan dengan membutuhkan waktu yang sangat lama untuk diselesaikan. Namun, waktu ini dapat dipersingkat jika penulis mampu bekerjasama dengan baik dengan penerbit atau perusahaan penerbit. Penerbitan buku merupakan langkah besar dalam perjalanan seorang penulis. Proses ini tidak hanya memerlukan ketekunan dalam menulis tetapi juga kemampuan

mengelola setiap tahapan, mulai dari penyuntingan hingga distribusi. Penulis juga perlu memahami berbagai aspek teknis dan administratif yang terlibat agar karya mereka dapat diterbitkan dengan baik dan mencapai pembaca secara efektif (Media Penerbit Indonesia, 2024). Tugas penerbit yaitu menerima naskah, selanjutnya mengolah (menyuntingnya), meminta bantuan percetakan yang berperan dalam menerima naskah, kemudian memprosesnya melalui tahap penyuntingan, bekerja sama dengan pihak percetakan untuk mencetak buku dalam jumlah tertentu sesuai pesanan, dan akhirnya mendistribusikan hasil cetakan tersebut melalui toko buku atau agen penjualan. Sementara itu, pihak percetakan memiliki tanggung jawab dalam proses produksi fisik buku sesuai permintaan penerbit.

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi digital, industri penerbitan buku menghadapi beragam tantangan baru. Perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku konsumen menuntut penerbit untuk terus menyesuaikan diri agar tetap relevan dan kompetitif. Minat baca yang terus bergeser, dominasi format digital dibanding buku cetak, serta meningkatnya persaingan di tingkat global menjadi faktor-faktor penting yang harus dipahami secara mendalam oleh para pelaku industri penerbitan agar dapat bertahan dan terus berinovasi. Meskipun demikian, media cetak masih memiliki potensi strategis sebagai sarana mempertahankan eksistensi buku fisik melalui berbagai pendekatan adaptif (Permana, 2015). Oleh karena itu, penerbit dituntut untuk merancang dan menjalankan strategi yang efektif guna menghadapi hambatan serta memaksimalkan potensi yang dimiliki.

Selain itu, keinginan masyarakat terhadap produk atau jasa juga mendorong minat generasi muda untuk terlibat aktif dalam upaya menciptakan, mengenalkan, dan yang paling penting, mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Proses untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan inilah yang mendasari konsep pemasaran, yang meliputi aspek penyediaan produk (product), penetapan harga (price), hingga kegiatan promosi (promotion) (Kanita & Maya, 2019).

Inara Publisher adalah Perusahaan Penerbit Buku yang berada di Kota Malang Jawa Timur. Anggota IKAPI Resmi dengan nomor keanggotaan No.306/JTI/2021. Hadir pada tahun 2021 sebagai penerbit alternatif yang memberi jaminan kemudahan dalam proses penerbitan. Perusahaan Penerbit Inara Publisher juga mendapatkan pengalaman menerbitkan buku yang begitu mudah, cepat dan berkualitas. Inara Publisher menyediakan layanan penerbitan, konversi karya ilmiah menjadi buku referensi-populer, pengurusan HKI dan ISSN/E-ISSN, Digital Ebook, Pengadaan Buku, Jasa Desain Cover & Layout, serta kerjasama event. Selain itu, Inara Publisher juga memiliki afiliasi percetakan dan distributor buku.

Inara Publisher merupakan bagian dari kelompok usaha penerbitan Intrans Publishing. Penerbit ini hadir sebagai alternatif yang menawarkan kemudahan bagi para penulis dalam menjalani proses penerbitan buku. Inara Publisher berkomitmen untuk berperan aktif dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan penyebaran gagasan yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademis. Melalui penerbitannya, Inara Publisher berupaya menyumbangkan informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi bangsa, serta mendorong terciptanya dinamika pemikiran yang terus hidup dalam masyarakat intelektual Indonesia.

Proses penerbitan di Inara Publisher sangat tersusun dengan baik saat akan diterbitkan menjadi sebuah buku dan dijual pada konsumen pembaca. Hal pertama yang dilakukan adalah naskah diketik rapi di Microsoft Word, dengan ketentuan halaman judul, pengantar penulis, isi biografi singkat Penulis, sinopsis. Proses Penerbitan selanjutnya yaitu mengirim naskah ke email Inara Publisher: (inara.publisher@gmail.com atau hubungi Customer Service (0813-3612-0162) Customer Service kami akan menghubungi anda untuk memproses administrasi dengan mengirimkan Memorandum of Understanding (MoU). Naskah diproses ISBN, Desain cover, & Layout, Editing. Dummy (buku contoh) akan dikirim melalui email sebelum naik cetak. Jika, penulis sudah menyetujui hasil desain & edit, naskah akan kami cetak, team Inara Publisher yang akan memproses sampai buku dicetak dalam waktu 1-3 Minggu.

Tahap penerbitan selanjutnya yaitu mengkonversi karya ilmiah menjadi buku referensi-populer dan mengubah karya ilmiah (skripsi, disertasi, tesis dan riset lainnya) untuk menjadi buku referensi populer. Dan juga dengan layanan mengubah artikel untuk jurnal, prosiding, dan sejenisnya. Setelah itu mendesain cover dan layout dan juga menyediakan jasa desain (cover, flyer dan layout yang menarik dan berkualitas. Semua buku akan dijual dalam bentuk Ebook dan terdisplay di google book, buku (penulis juga tetap bisa mendapatkan buku secara cetak, bila dibutuhkan).

Salah satu naskah pendidikan yang menarik untuk dibahas terkait untuk proses penerbitannya adalah naskah yang berjudul *Bahasa Indonesia Kompetensi & Literasi Berbasis Merdeka Belajar-Kampus Merdeka* karya penulis Dr. Helaluddin, M.Pd. Nyayu Lulu Nadya, M.Pd. Di'amah Fitriyyah, M.Pd. Naskah ini adalah naskah yang diterbitkan oleh Penerbit Inara Publisher, yang menarik dari buku Bahasa Indonesia Kompetensi & Literasi Berbasis Merdeka Belajar-Kampus Merdeka ini adalah bagaimana cara dan tahapan apa saja yang dilakukan saat proses penerbitan suatu naskah menjadi buku dan bisa dinikmati oleh pembaca.

Industri penerbitan buku memiliki peranan yang signifikan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia. Keberadaan penerbit turut mendorong lahirnya generasi intelektual (Fadila, 2018). Oleh karena itu, penerbitan menjadi bagian penting dalam mendukung kemajuan intelektual bangsa. Ketika buku yang diterbitkan sesuai dengan minat atau kebutuhan pembaca, hal ini dapat menjadi sarana untuk menumbuhkan kebiasaan membaca serta memperkuat rasa ingin tahu terhadap ilmu pengetahuan yang disajikan dalam buku tersebut.

Beberapa penelitian sebelumnya dijadikan sebagai bahan perbandingan dalam studi ini. Salah satunya adalah penelitian oleh Ismail (2019) yang berjudul Analisis Strategi Marketing Penerbit Buku di Kota Medan. Hasil penelitiannya menunjukkan adanya kesamaan dan perbedaan strategi pemasaran yang digunakan oleh beberapa penerbit, seperti Erlangga, Bumi Aksara, Raja Grafindo, dan Gema Insani. Keempatnya menerapkan pola promosi yang serupa,

antara lain promosi personal secara door to door, penjualan langsung (direct selling), menyiapkan stok buku yang telah dipasarkan, menjaga kualitas produk, menerbitkan karya tokoh terkenal, memberikan potongan harga baik untuk pembelian besar maupun kecil, melakukan penjualan secara daring, serta menjalin kerja sama dengan toko buku berskala nasional seperti Gramedia dan Togamas, maupun toko buku lokal. Selain itu, mereka juga aktif dalam kegiatan promosi seperti seminar, pelatihan penulisan, dan bedah buku, serta memanfaatkan sumber daya manusia yang profesional. Namun, Gema Insani memiliki perbedaan signifikan dibanding penerbit lainnya karena tidak menjalin kemitraan formal dengan perguruan tinggi melalui MoU (Memorandum of Understanding) atau MoA (Memorandum of Agreement), serta tidak menyelenggarakan workshop, karena jangkauan pasarnya di lingkungan akademik masih terbatas.

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh Pungkas Kartika (2012) dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Penerbitan Buku (Yudhistira dan Amara Books). Studi tersebut membandingkan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh dua penerbit, yakni Yudhistira dan Amara Books. Meskipun keduanya sama-sama menjalankan strategi komunikasi pemasaran, terdapat sejumlah perbedaan yang dapat diamati, antara lain perbedaan jenis produk, segmentasi pasar, cakupan distribusi, jaringan pemasaran, serta media promosi yang digunakan. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, penerapan Integrated Marketing Communications (IMC) di masing-masing penerbit menunjukkan perbedaan pendekatan. Dalam menerapkan strategi komunikasi pemasaran terpadu, keduanya memiliki pendekatan yang beragam dalam hal personal selling, iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, sponsorship, serta kegiatan pameran.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Maya (2019) dengan judul Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Buku Penerbit Erlangga di Kota Palangkaraya. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Penerbit Erlangga menggunakan lima elemen dalam bauran promosi, yaitu iklan, personal selling, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran

langsung. Strategi tersebut terbukti berdampak positif terhadap peningkatan penjualan buku. Tercatat, pada tahun 2017 penjualan mencapai 115.000 eksemplar atau setara dengan Rp 4.800.000.000, dan pada tahun 2018 meningkat menjadi 131.000 eksemplar atau Rp 5.900.000.000.

Dari ketiga penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesamaan dalam penggunaan teori pemasaran, namun perbedaannya terletak pada objek yang diteliti serta lokasi penerbitannya. Penelitian ini mengambil fokus berbeda, yaitu pada proses penerbitan buku yang dilakukan oleh Inara Publisher.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, penelitian dengan judul Bahasa Indonesia Kompetensi & Literasi Berbasis Merdeka Belajar-Kampus Merdeka yang diterbitkan oleh Inara Publisher menjadi penting untuk dikaji. Hal ini bertujuan untuk menggali strategi dalam menghadapi persaingan industri penerbitan. Selain itu, di tengah arus globalisasi, penerbitan buku memiliki peranan penting sebagai sarana penyebaran informasi, sehingga pembaca dapat memperoleh pengetahuan yang tersaji dalam buku literasi secara optimal.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang telah dipaparkan di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

Bagaimana proses penerbitan naskah *Bahasa Indonesia Kompetensi & Literasi Berbasis Merdeka Belajar-Kampus Merdeka* terbitan Inara Publisher?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, dapat diketahui tujuan penelitian ini:

Untuk mendeskripsikan proses penerbitan naskah *Bahasa Indonesia Kompetensi & Literasi Berbasis Merdeka Belajar-Kampus Merdeka* terbitan Inara Publisher

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan peneliti yang telah dituliskan di atas, dapat diketahui bahwa manfaat penelitian terdapat dua jenis antara lain:

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan gambaran langsung mengenai tahapan penerbitan buku secara komprehensif, termasuk dinamika persaingan dalam industri, identifikasi kompetitor utama, perkembangan pasar, serta elemen penting yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Temuan ini dapat dimanfaatkan oleh penerbit sebagai dasar untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, misalnya melalui penyesuaian jalur distribusi, penetapan harga yang bersaing, serta pelaksanaan promosi yang lebih terarah dan efektif.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Dalam konteks persaingan industri penerbitan buku literasi, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang proses penerbitan. Studi ini memperluas pemahaman terhadap strategi yang dapat diterapkan dalam industri penerbitan, serta membantu membangun kerangka konsep yang relevan dengan adaptasi strategi, pengelolaan risiko, dan penerapan pemasaran. Penelitian ini juga mendukung penguatan literatur dalam ekonomi industri, dengan menunjukkan bagaimana pengaruh faktor internal dan eksternal dapat menentukan daya saing penerbit, serta implikasinya terhadap pengelolaan dan peningkatan budaya literasi di masyarakat.

1.5 Definisi Operasional

1.5.1 Proses Penerbitan

Proses penerbitan sebuah buku melibatkan serangkaian tahapan yang cukup panjang dan kompleks. Buku yang sampai ke tangan pembaca merupakan hasil kolaborasi antara beberapa pihak yang terlibat, minimal empat entitas, yaitu pengarang, penerbit, percetakan, dan distributor. Buku yang dimaksud dalam

konteks ini mencakup seluruh karya yang diproduksi melalui proses penerbitan dan percetakan (M. Djuhro S, 2021).

1.5.2 Buku Perguruan Tinggi

Buku yang berjudul *Bahasa Indonesia Kompetensi & Literasi Berbasis Merdeka Belajar-Kampus Merdeka* ini membahas tentang pengembangan keterampilan berbahasa (membaca, menulis, menyimak, dan berbicara). Tidak hanya itu, buku ini juga mempelajari sejarah, kedudukan, dan fungsi Bahasa Indonesia itu sendiri. Adapun fokus mengenai kompetensi literasi digital bagi mahasiswa. Buku ini diharapkan dapat mengembangkan karakter, meningkatkan keterampilan berbahasa, berpikir kreatif dan kritis, serta kompetensi literasi digital pembacanya dengan berdasarkan pada kebijakan MBKM.

1.5.3 Inara Publisher

Inara Publisher berlokasi di Kota Malang, Jawa Timur, dan terdaftar sebagai anggota resmi IKAPI dengan nomor keanggotaan No.306/JTI/2021. Penerbit ini hadir pada tahun 2021 sebagai alternatif untuk mempermudah proses penerbitan buku. Melalui Inara Publisher, penulis dapat merasakan pengalaman penerbitan yang mudah, cepat, dan berkualitas. Seperti yang diungkapkan oleh Luthfi J. Kurniawan, Direktur CITILA Group, "Menulis adalah sebuah persaksian atas sekian peristiwa kehidupan. Maka, menulislah agar turut membangun peradaban." Inara Publisher menawarkan berbagai layanan, termasuk penerbitan buku, konversi karya ilmiah menjadi buku referensi atau populer, pengurusan HKI dan ISSN/E-ISSN, penerbitan E-book digital, pengadaan buku, desain sampul dan layout, serta kerjasama event. Selain itu, penerbit ini juga memiliki afiliasi dengan percetakan dan distributor buku.