

## BAB II

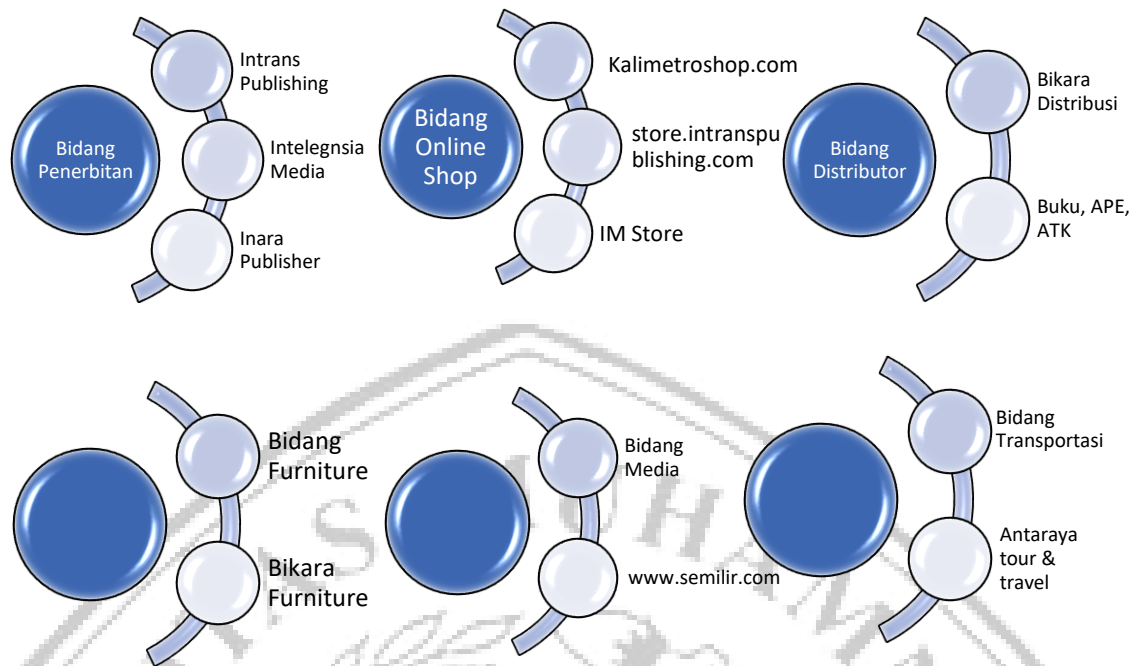
### IDENTIFIKASI SUMBER DAYA

#### 2.1 Potensi Pengembangan Perusahaan

##### 2.1.1 Unit Kegiatan Usaha yang Dilakukan oleh Inteligencia Media (Jumlah dan Jenis Usaha)

Perusahaan memiliki beragam potensi pengembangan yang dapat dieksplorasi dan dioptimalkan untuk kesuksesan jangka panjang. Dalam hal ini, berpengaruh terhadap upaya mekanisme *survival* penerbit Inteligencia Media dalam menghadapi persaingan penerbitan. Pertama, pengembangan dalam hal inovasi produk atau jasa dapat menjadi pilar utama. Perusahaan dapat terus mengembangkan dan memperkenalkan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya, membuka peluang pasar baru dan meningkatkan daya saingnya (Suryaman, 2019). Kedua, pengembangan pasar melibatkan ekspansi ke wilayah geografis baru atau penetrasi lebih dalam ke segmen pasar yang sudah ada. Pemahaman rinci tentang tren pasar dan kebutuhan konsumen memungkinkan perusahaan mengembangkan strategi yang memungkinkan pertumbuhan dan memperkuat pangsa pasar. Ketiga, pengembangan tenaga kerja dan manajemen talenta dapat menjadi kunci keberlanjutan.

Inteligencia Media sebagai organisasi yang bertanggung jawab menyajikan informasi dan berkontribusi terhadap penyebaran pengetahuan, mencakup unit aktivitas bisnis berbeda yang mencakup jumlah dan jenis perusahaan berbeda. Secara umum, aktivitas bisnis Inteligencia Media mencakup produksi konten berita dan penyebaran informasi. Berikut jenis usaha yang dapat ditawarkan oleh pihak PT Cita Intrans Selaras.



Gambar 9. Jenis Usaha Citila Group

Keuntungan dari berbagai jenis usaha Citila Group dengan melibatkan peningkatan spesialisasi, peningkatan fokus pada tujuan divisi, dan kemampuan untuk merespons perubahan pasar atau lingkungan bisnis dengan lebih cepat. Namun, tantangan dapat muncul dalam hal koordinasi antar divisi dan risiko terjadinya kerancuan informasi (Adriyani & Noor, 2015). Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa ada mekanisme yang efektif untuk memfasilitasi kolaborasi antar divisi guna mencapai visi dan misi perusahaan secara keseluruhan.

#### 2.1.2 Inteligensia Media Menawarkan Kerja Sama sebagai berikut:

Tawaran kerja sama dalam perusahaan penerbitan adalah suatu usulan yang diajukan kepada pihak lain, baik itu mitra potensial, penulis, atau entitas terkait, untuk bekerja sama dalam menciptakan, mengelola, atau mendistribusikan karya penerbitan (Lie, 2017). Melalui tawaran kerja sama ini, sebagai wujud pihak penerbitan mengembangkan mekanisme *survival* dalam menghadapi persaingan dunia penerbitan. Kerja sama dalam industri penerbitan seringkali mencakup berbagai aspek, seperti penerbitan buku, majalah, atau konten digital. Dalam tawaran kerjasama, perusahaan penerbitan biasanya

menyajikan rincian tentang jenis karya yang diinginkan, kriteria seleksi, dan manfaat yang ditawarkan kepada mitra potensial.

Tawaran kerja sama dapat mencakup kolaborasi dengan penulis, fotografer, ilustrator, atau pihak lain yang dapat memberikan kontribusi berharga pada proses penerbitan. Selain itu, kerjasama dapat melibatkan bentuk distribusi bersama, pemasaran bersama, atau proyek khusus tertentu. Dalam tawaran kerjasama, penting untuk menyampaikan visi perusahaan penerbitan, nilai tambah yang ditawarkan, dan bagaimana kerjasama yang dilakukan menciptakan keuntungan bagi masing-masing pihak. Kesepakatan kerjasama yang baik dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kualitas konten, dan menciptakan sinergi yang menguntungkan bagi pertumbuhan bisnis penerbitan.



Profil Penerbit dan Produk	Kualitas Produk dan Skema Layanan	Target Customer	Batasan Karakter yang Harus Dipatuhi
Penerbit Mayor di Segmen a) Buku Pelajaran b) Buku Intisari Teknologi Terapan c) Buku Penunjang Pelajaran d) Buku Literasi	<i>Exxelent</i> a) Produk standar, cenderung mewah. b) Terbit dengan skema regular sesuai kriteria dan hasil Kerjasama. c) Negosiasi bersifat <i>win win solution</i> .	Input (penulis) a) Guru b) Ahli, pemerhati, peneliti c) Kolaborasi antara Guru, Ahli, pemerhati, dan peneliti.	a) Isi sesuai kriteria penerbit b) Patuh pada aturan minimal terbit c) Penulis beli buku hanya memengaruhi nomor antrean, bukan layak tidaknya naskah.
		Output (pembaca/pembeli) a) Guru, Dosen, Siswa, Umum b) Toko Buku: Gramedia c) Pengadaan di Perpus Desa dan Taman Baca d) Bazar Buku Umum.	

Tabel 1. Posisi Produk

Tabel posisi produk dalam penerbitan adalah alat visual yang menampilkan informasi strategis tentang bagaimana suatu produk atau kelompok produk diposisikan di pasar. Tabel ini biasanya berisi sejumlah variabel, seperti, Profil penerbit, kualitas, cakupan pasar, dan posisi relatif terhadap pesaingnya. Analisis pemosisian produk membantu penerbit memahami posisi produk mereka dalam ekosistem penerbitan dan membuat keputusan strategis tentang pemasaran, harga, dan pengembangan produk. Dengan tabel pemosisian produk memungkinkan penerbit mengidentifikasi kekuatan produk, seperti kualitas konten dan reputasi merek, serta mengidentifikasi potensi peningkatan dan inovasi yang diperlukan.

Memahami dinamika pasar yang disajikan dalam tabel ini dapat membantu penerbit mengembangkan strategi yang lebih baik untuk memperkuat posisi produk mereka, mengidentifikasi peluang pertumbuhan, dan mengatasi potensi tantangan (Wijayanto et al., 2021). Selain itu, tabel penentuan posisi produk juga membantu penerbit memahami preferensi dan harapan konsumen dengan lebih baik, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat dan berbasis data serta keunggulan kompetitif dalam industri penerbitan yang dinamis.

### 2.1.3 Area Distribusi dan Kerja Sama Penjualan

Tantangan berupa persaingan dalam penerbitan buku literasi tentu dihadapi oleh penerbitan Inteligensia Media. Oleh karena itu, sebagai bentuk mempertahankan mekanisme *survival* penerbit mengambil langkah untuk melakukan kerja sama dengan berbagai pihak perbukuan. Dalam penjualan dan penyebaran area distribusi, Inteligensia Media bekerja sama dengan PT Cita Intrans Selaras, yang mempunyai area penjualan seluruh Indonesia, melalui jaringan toko sebagai berikut.

a) Gramedia,

Dikenal sebagai toko buku terkemuka, Gramedia tidak hanya menawarkan berbagai macam buku, tetapi juga menyelenggarakan acara sastra, acara peluncuran buku, dan kegiatan budaya lainnya. Selain itu, Gramedia juga berperan sebagai perusahaan penerbitan yang menerbitkan karya-karya penulis nasional dan internasional. Dengan jaringan cabang yang luas, Gramedia telah menjadi hub penting bagi para pecinta buku dan penggemar sastra di Indonesia.

b) Toga Mas,

Toga Mas merupakan salah satu perusahaan penyedia perlengkapan akademik dan seragam terkemuka di Indonesia. Dikenal sebagai penyedia toga untuk upacara wisuda, Toga Mas berperan penting dalam membantu institusi pendidikan merayakan

momen bersejarah bagi siswanya. Kehadiran Toga Mas juga mencakup penyediaan produk-produk terkait seperti cincin wisuda, plakat, dan seragam resmi, memastikan layanannya mencakup seluruh kebutuhan akademik.

c) Social Agency Baru (SAB),

Agensi kreatif yang berfokus pada pemasaran media sosial dan manajemen *influencer*.

Ketika media sosial memainkan peran yang semakin besar dalam pemasaran, SAB memainkan peran penting dalam membantu merek dan bisnis memanfaatkan kekuatan media sosial untuk menjangkau audiens mereka. Dengan tim yang berpengalaman, SAB memberikan layanan strategis dan kreatif untuk membantu klien mencapai tujuan pemasaran mereka di seluruh platform media sosial.

d) Uranus,

Uranus adalah perusahaan teknologi yang fokus pada pengembangan solusi perangkat lunak khususnya di bidang sistem informasi dan teknologi cloud. Dengan tim yang berbakat dan inovatif, Uranus menawarkan layanan seperti pengembangan perangkat lunak khusus, implementasi sistem perusahaan, dan integrasi solusi TI. Kehadiran Uranus mencerminkan kontribusinya dalam mendukung transformasi digital dan efisiensi operasional di berbagai sektor industri.

e) Kinokuniya, dll.

Toko Buku Kinokuniya adalah jaringan toko buku dan toko ritel internasional yang berasal dari Jepang. Toko Buku Kinokuniya adalah pemasok buku, majalah, dan produk terkait yang terkenal, dengan toko di seluruh dunia. Selain menyediakan berbagai macam buku, Toko Buku Kinokuniya sering mengadakan acara sastra, penandatanganan buku, dan pertemuan komunitas pembaca. Toko Buku Kinokuniya berfokus pada pengalaman pembaca dan telah menjadi tujuan utama para pecinta buku dari berbagai negara.

## 2.2 Potensi Sumber Daya Manusia dan Pembagian Divisi Kerja

Potensi Sumber Daya Manusia (SDM) berkenaan dengan kecakapan, keterampilan, pengetahuan, dan kreativitas individu dalam suatu organisasi atau masyarakat yang dapat dikembangkan dan dioptimalkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. SDM menjadi salah satu aspek utama dalam suatu entitas, karena kualitas dan produktivitasnya dapat berdampak langsung pada kinerja dan keberhasilan Perusahaan (Imbron & Pamungkas, 2021). Selain itu, melalui potensi SDM yang dikembangkan oleh Inteligensia Media sebagai salah satu upaya dalam mengembangkan mekanisme *survival* dalam menghadapi persaingan penerbitan buku literasi.

Potensi SDM melibatkan berbagai dimensi, termasuk pendidikan, pengalaman kerja, kompetensi teknis, serta aspek-aspek *soft skills* seperti kepemimpinan, kerjasama tim, dan kemampuan beradaptasi. Kemajuan teknologi dan perubahan lingkungan bisnis menegaskan pentingnya mengidentifikasi, mengelola, dan mengembangkan potensi SDM secara berkelanjutan.

Sumber Daya Manusia yang memiliki potensi yang optimal dapat menjadi katalisator untuk inovasi, efisiensi operasional, dan keunggulan kompetitif (Kuncoro, 2020). Oleh karena itu, perusahaan dan organisasi perlu berinvestasi dalam pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan, pengembangan karir, serta penciptaan lingkungan kerja yang mendukung pertumbuhan dan kreativitas. Mengenali dan mengelola potensi SDM dengan bijak dapat membentuk fondasi yang kokoh dalam mencapai visi, misi, dan tujuan jangka panjang suatu entitas.

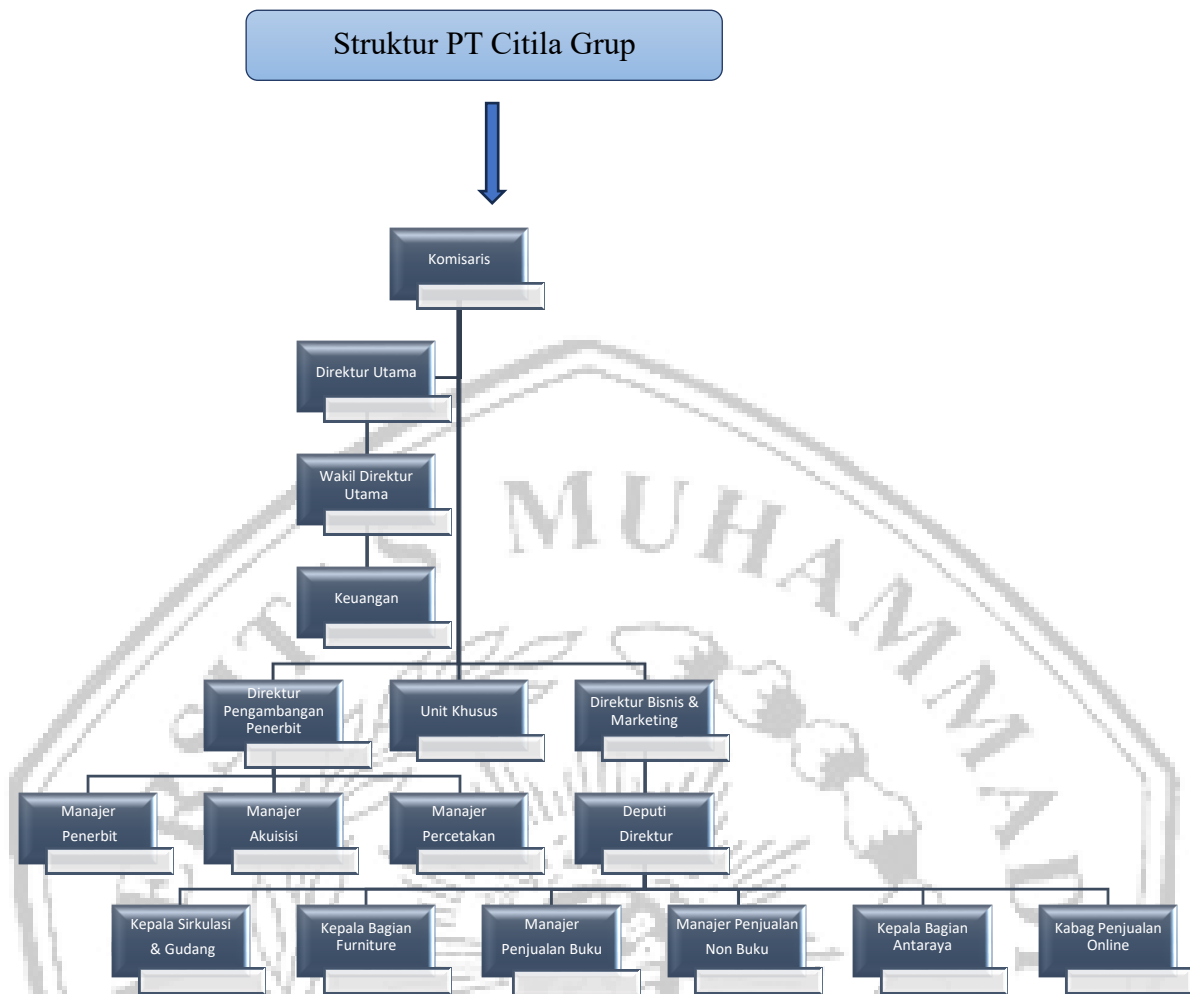
### 2.2.1 Jumlah Sumber Daya Manusia

Struktur divisi dalam sebuah perusahaan penerbitan merupakan kerangka organisasional yang dirancang untuk mengelola dan menyusun berbagai kegiatan terkait produksi, pemasaran, dan distribusi karya penerbitan. Dalam konteks penerbitan, struktur

divisi ini dapat terdiri dari beberapa unit atau departemen yang memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing (Yunus, 2016). Misalnya, ada divisi redaksi yang fokus pada pengeditan dan perbaikan naskah, divisi desain grafis yang menangani tata letak dan desain sampul, serta divisi pemasaran yang bertugas memasarkan dan mendistribusikan karya penerbitan.

Struktur ini umumnya terdiri dari beberapa divisi atau departemen yang masing-masing memiliki fokus kerja tertentu. Setiap divisi biasanya dipimpin oleh ketua divisi yang memiliki tanggung jawab atas kinerja dan pencapaian tujuan divisi tersebut (Rizqi, 2019). Struktur divisi bertujuan untuk memudahkan koordinasi dan komunikasi internal, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan meningkatkan efisiensi operasional. Divisi-divisi ini dapat dibentuk berdasarkan berbagai kriteria, seperti fungsionalitas, produk atau layanan yang dihasilkan, geografi, atau pelanggan yang dilayani. Setiap divisi memiliki tugas dan tanggung jawabnya sendiri, namun harus tetap terintegrasi dengan keseluruhan perusahaan. Berikut Stuktur PT Citila Grup.





Gambar 10. Struktur PT Cita Selaras

Pentingnya struktur divisi dalam perusahaan penerbitan terletak pada kemampuannya untuk mengkoordinasikan berbagai tahap produksi dan distribusi karya penerbitan secara efisien. Setiap divisi bekerja bersama-sama untuk memastikan bahwa buku, majalah, atau produk penerbitan lainnya diproduksi dengan kualitas tinggi dan dapat dijual dengan baik di pasar. Kepala divisi atau manajer setiap bagian bertanggung jawab atas kinerja divisi mereka, sambil tetap berkolaborasi dengan divisi lainnya untuk mencapai kesuksesan bersama. Dengan struktur divisi yang baik, perusahaan penerbitan dapat lebih mudah menyesuaikan diri dengan tren pasar, merespons perubahan cepat, dan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia.

## 2.2.2 Pembagian Divisi Kerja (Unit Kerja)

### Deskripsi Tugas

#### 1) Managing Editor Inteligencia Media

##### Tugas Utama :

- a. Mengelola naskah dari penerimaan sampai naskah terbit dan diterima oleh pemesan.
- b. Bertindak sebagai editor,
- c. Menindaklanjuti kerjasama yang sudah dilakukan atau ditetapkan oleh manager.

##### Tugas Harian :

- a. Mengedit naskah
- b. Cek kelengkapan naskah
- c. Pengurusan ISBN
- d. Koordinasi dengan tim Layout (memastikan ukuran dan target waktu selesai).
- e. Berkomunikasi dengan percetakan (memastikan harga dan target waktu selesai).
- f. Memastikan buku diterima oleh pemesan.

#### 2) Tim Layout

##### Tugas Utama :

- a. Menentukan tata letak naskah Inteligencia Media dan Inara Publisher

##### Tugas Harian :

- a. Layout naskah yang masuk.
- b. Melakukan revisi layout

### 3) Staf Desain

Tugas Utama :

- a. Mendesain cover maupun flyer sesuai dengan kebutuhan Perusahaan
- b. Melakukan edit video dan foto.

Tugas Harian :

- a. Mendesain cover
- b. Berkomunikasi dengan penulis
- c. Edit film
- d. Pemotretan produk

### 2.3 Sarana dan Pra-Sarana

Sarana dan prasarana dalam konteks perusahaan perbukuan mencakup segala fasilitas dan alat yang digunakan untuk mendukung berbagai kegiatan dalam industri penerbitan dan penjualan buku (Gustifa et al., 2021). Dengan ketersediaan sarana dan pra-sarana dapat menunjang kinerja karyawan di Inteligencia Media sehingga dapat mengupayakan mekanisme *survival* dalam menghadapi persaingan penerbitan buku literasi. Sarana melibatkan aspek fisik seperti gedung kantor, gudang penyimpanan, dan ruang percetakan. Prasarana mencakup berbagai perangkat, komputer, sistem teknologi informasi, serta infrastruktur pendukung lainnya yang digunakan untuk mengelola, mendistribusikan, dan memasarkan buku.

Gedung kantor perusahaan perbukuan biasanya didesain untuk mendukung fungsi administratif, redaksi, dan pemasaran. Gudang penyimpanan perlu memenuhi standar keamanan dan kelestarian agar buku-buku dapat disimpan dengan baik sebelum didistribusikan ke berbagai pengecer. Percetakan yang dimiliki perusahaan perbukuan

harus dilengkapi dengan peralatan cetak modern dan berkualitas guna menghasilkan produk penerbitan yang berkualitas tinggi.

Selain itu, perusahaan perbukuan membutuhkan sarana teknologi informasi yang memadai untuk mengelola inventaris, mengelola pesanan, dan menjalankan operasi bisnis lainnya. Sistem manajemen konten, platform e-commerce, dan sistem basis data juga menjadi bagian integral dari prasarana teknologi informasi perusahaan perbukuan. Dengan sarana dan prasarana yang baik, perusahaan perbukuan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengupayakan asistensi yang lebih patut kepada penulis, dan beradaptasi dengan perubahan tren industri yang berkembang pesat.

### 2.3.1 Sarana dan Pra-sarana yang Ada di Perusahaan

#### 1. Sarana:

Peralatan seperti Wi-Fi, LCD, proyektor, alat tulis, papan tulis, buku, kertas, printer, lampu, meja serta kursi, dan lain-lain merupakan bagian penting untuk melakukan berbagai kegiatan seperti rapat, presentasi, kegiatan belajar mengajar. Wi-Fi adalah infrastruktur penting untuk kelancaran konektivitas internet, sehingga memudahkan akses informasi dan berkolaborasi secara online. LCD dan proyektor berperan penting dalam menampilkan materi visual dengan jelas dan menunjang efektivitas presentasi.

Alat tulis, papan, buku dan kertas masih merupakan alat tradisional yang penting untuk mencatat, berdiskusi dan memfasilitasi proses pembelajaran. Printer berperan penting dalam mencetak dokumen logistik dan materi presentasi. Lampu memberikan penerangan yang cukup sehingga ruangan terang dan nyaman. Meja dan kursi memberikan dukungan fisik kepada peserta dan memungkinkan mereka bekerja dengan nyaman selama kegiatan. Berikut sarana yang terdapat di Intrans Publishing.



Gambar 11. Wi-Fi  
(Sumber: CNN Indonesia)



Gambar 12. LCD



Gambar 13. Alat tulis



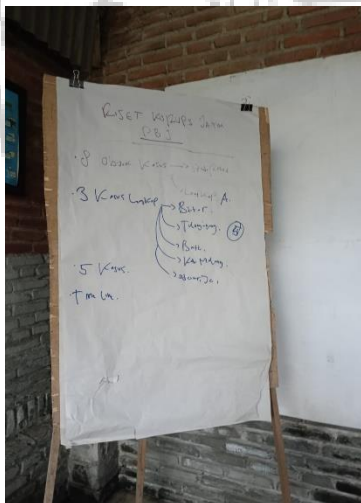
Gambar 14. Meja dan kursi



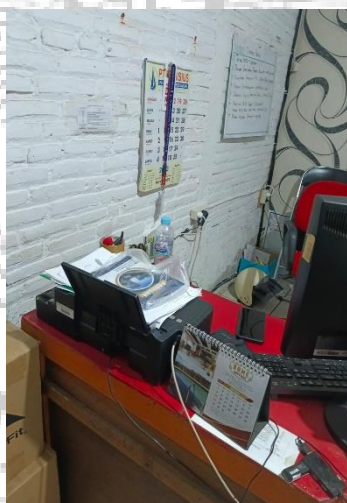
Gambar 15. Rak buku



Gambar 16. Lemari



Gambar 17. Papan kertas



Gambar 18. Printer



Gambar 19. CCTV

## 2. Pra-sarana:

Fasilitas seperti ruang pertemuan, ruang santai, pendopo komunitas, musala, toilet, tempat parkir, dan kafe menunjang kelangsungan aktivitas dalam satu lokasi. Ruang pertemuan menyediakan lingkungan yang lengkap untuk pertemuan formal, sementara ruang santai dan gazebo bersama untuk relaksasi dan bersosialisasi informal. Musala menyediakan ruang untuk kegiatan keagamaan. Toilet dan tempat parkir menyediakan akses yang nyaman dan mudah bagi karyawan maupun pengunjung. Berikut pra-sarana yang terdapat di Intrans Publishing.



Gambar 20. Ruang Kerja



Gambar 21. Ruang Rapat



Gambar 22. Ruang tamu



Gambar 23. Musala



Gambar 24. Ruang Administrasi



Gambar 25. Area parkir