

## **BAB II**

### **IDENTIFIKASI SUMBER DAYA**

#### **2.1 Potensi Pengembangan Perusahaan**

Pengembangan perusahaan Inteligensia Media melibatkan berbagai aspek, salah satunya mulai dari pengembangan produk atau layanan, baru hingga penjualan kepada pasar luar atau infrastruktur. Potensi pengembangan perusahaan bisa meliputi: Inovasi Produk/Layanan, Ekspansi Pasar, Pengembangan Karyawan, Teknologi, Kemitraan/akuisisi, Diversifikasi. Dalam potensi pengembangan perusahaan, dengan semua yang dijabarkan kita dapat membuat inovasi baru dengan membangun sebuah produk atau layanan. Ini berhubungan dengan kebutuhan pasar nantinya karena dalam pengembangan kebutuhan pasar adalah sesuatu yang penting dalam perusahaan (Septiani, 2017).

Secara garis besar potensi pengembangan perusahaan membuat setiap ekspansi pasar atau dapat diketahui dengan mengukur pemasaran dalam perusahaan yang sedang berjalan. Dengan ini produk yang diperjual belikan dapat diperluas ke wilayah baru, dan dapat berkemungkinan membuka pasar global untuk menjangkau lebih banyak pelanggan (Khoerunnisa, 2023). Terhubung dengan adanya investasi dalam sebuah pengembangan keterampilan karyawan, pelatihan, dan pengembangan kepemimpinan untuk meningkatkan kinerja dan retensi. Hal ini dapat membuat pengembangan karyawan menjadi kinerja yang baik kedepannya.

Dalam hal potensi pengembangan sebuah perusahaan juga, harus dapat memilah setiap produk yang akan dijual kepada pasar atau kepada khalayak ramai, yang dapat tertarik pada sebuah produk yang dijual. Dengan ini perusahaan dapat

menggunakan teknologi modern yang telah berkembang pesat pada saat ini, sehingga membuat produk lebih bisa dikenalkan kepada orang-orang yang jauh atau dapat mempromosikan jualan kepada orang-orang yang memiliki pemahaman luas tentang teknologi sekarang (Jamaludin et al., 2015). Hal ini bisa juga dapat dijabarkan dengan pemahaman bahwa orang dapat dengan gampang mengetahui barang atau produk yang dijual secara online. dapat menggunakan teknologi seperti mengadopsi teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi operasional, seperti implementasi AI, otomatisasi, atau analitika data.

### **2.1.1 Unit Kegiatan Usaha dalam Bidang Penerbitan Buku**

Unit Kegiatan Usaha dalam Bidang Penerbitan buku bisa mencakup beberapa strategi:

Dapat mencakup kolaborasi dengan penulis, inovasi dalam konten serta penelitian pasar atau sarana untuk penjualan produk. Dalam unit kegiatan dapat memahami tren pasar terkini dan preferensi pembaca untuk menentukan jenis buku yang diminati serta segmen audiens yang menjadi target. Dengan unit kegiatan dapat juga dengan mengembangkan buku-buku dengan konten yang inovatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang berkembang, termasuk menasar audiens yang berbeda atau menciptakan buku yang unik dengan gaya tersendiri.

Sebuah usaha kita dapat memberikan atau membangun hubungan yang kuat dengan penulis potensial atau yang sudah terkenal, mungkin dengan menawarkan layanan penyuntingan yang unggul atau pemasaran yang kuat (Elliyana, 2022). Mengoptimalkan kehadiran online dengan platform e-book, audiobook, atau strategi pemasaran digital yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas juga

menjadikan ini sebagai sarana luas untuk bisa mempromosikan penjualan nantinya. Memperhatikan kualitas fisik buku, dari desain sampul hingga kualitas cetakan, untuk memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pembaca. Membangun jaringan distribusi yang efisien untuk memastikan buku-buku tersedia secara luas baik secara online maupun di toko-toko fisik (Kelly, 2020). Merencanakan kampanye pemasaran yang tepat sasaran dengan memanfaatkan platform online, media sosial, dan bahkan acara khusus untuk memperluas jangkauan audiens.



**Gambar 9. Unit Kegiatan Usaha dalam Bidang Penerbitan Buku**

Secara umum, berkembangnya potensi suatu perusahaan memungkinkan terjadinya perluasan pasar, yang dapat ditentukan dengan mengukur pemasaran yang

terjadi dalam perusahaan tersebut (Noor Rosyad, 2011). Hal ini memungkinkan kami untuk memperluas produk yang kami jual ke wilayah baru dan menciptakan peluang untuk memasuki pasar global guna menjangkau lebih banyak pelanggan. Hal ini, dikombinasikan dengan investasi dalam pengembangan keterampilan karyawan, pelatihan dan pengembangan kepemimpinan untuk meningkatkan kinerja dan retensi, dapat mengarah pada pengembangan karyawan yang mengarah pada kinerja masa depan yang lebih baik. Unit Kegiatan juga memungkinkan mengembangkan buku dengan konten yang inovatif, menarik, dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang, seperti menargetkan audiens yang berbeda atau membuat buku unik dengan gaya tersendiri. Kita dapat membangun atau mengembangkan hubungan yang kuat dengan calon penulis atau penulis yang sudah mapan, mungkin dengan menawarkan layanan editorial premium atau pemasaran yang kuat (Rumondang et al., 2020). Mengoptimalkan kehadiran online dan menjangkau audiens yang lebih besar dengan platform e-book, buku audio, atau strategi pemasaran digital yang efektif juga dapat menjadi cara yang luas untuk meningkatkan penjualan di kemudian hari.

### **2.1.2 Tawaran Kerja Sama Inteligensia Media**

Menggabungkan berbagai strategi ini dapat membantu mengembangkan bisnis penerbitan buku dengan melacak tren pasar, memenuhi kebutuhan pembaca, dan meningkatkan kualitas dan visibilitas buku terbitan. Mengembangkan usaha di bidang percetakan buku memerlukan beberapa langkah penting. Teknologi percetakan terkini: Kami berinvestasi pada peralatan dan teknologi percetakan terkini untuk meningkatkan efisiensi produksi, meningkatkan kualitas cetak, dan memenuhi beragam kebutuhan percetakan. Selain itu, menawarkan berbagai jenis percetakan, termasuk hardcover, paperback, atau format khusus lainnya, memberi fleksibilitas

produksi untuk beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pasar. Kemudian Manajemen Biaya Produksi Mencari cara untuk mengoptimalkan biaya produksi melalui penggunaan bahan baku yang lebih efisien, proses produksi yang lebih efisien, dan manajemen logistik yang lebih baik. Dalam hal ini kualitas dan keunikan produk menitikberatkan pada kualitas cetakan yang baik dan kemampuan memberikan keunikan, misalnya melalui cetakan khusus atau ciri desain khusus, agar dapat menarik perhatian penerbit dan konsumen.

Diversifikasi layanan Perluas jangkauan perusahaan dengan menawarkan layanan tambahan terkait percetakan. Contoh: jasa editorial, desain grafis, pembuatan kemasan, dll untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Kemitraan Strategis Kami bekerja sama dengan penerbit, penulis, dan penjual buku untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dalam produksi dan distribusi buku. Menanggapi perubahan pasar. Untuk mengikuti tren pasar dan permintaan pembaca, penerbit harus mampu menyesuaikan layanan dan produknya secara tepat waktu. Pemasaran yang efektif melalui promosi yang dipikirkan dengan matang, pemasaran online yang kuat dan partisipasi dalam pameran buku, dengan ini dapat meningkatkan visibilitas dan kehadiran perusahaan yang di industri buku. Pengembangan usaha dalam bidang perbukuan percetakan melibatkan kombinasi strategi teknologi, manajemen biaya, kualitas produk dan kemitraan strategis untuk tetap relevan dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

	Profil Penerbit dan Produk	Kualitas Produk & Skema Layanan	Target Customer	Batasan Karakter yang Harus Dipatuhi
	Penerbit Mayor di	Exellent:	Input (Penulis):	>Isi OK (sesuai

	Segmen :			kriteria Penerbit)
Inteligensia Media	• Buku pelajaran [kategori _egul wajib, pilihan, dan umum]	• produk standar, cenderung mewah. Penulis, substansi tulisan, pengerjaan, dan packaging ok dengan toleransi galat 30%	• Guru • Ahli, pemerhati, peneliti • Kolaborasi antara Guru, Ahli, pemerhati, dan peneliti Output (pembaca/pembeli)	>Patuh pada aturan minimal terbit
	• Buku intisari Teknologi Terapan (pertanian, perikanan, perkebunan dil), Teknik Komputer dik. (khusus SMK)	• Terbit dengan skema _egular sesuai kriteria dan hasil kerja sama	Output (Pembaca/Pembeli) • Guru, Dosen, Siswa, Mahasiswa, Siswa, Umum • Toko Buku: gramedia	>Penulis beli buku hanya memengaruhi nomor antrian, bukan layak- tidaknya naskah.
	• Buku Penunjang Pelajaran (penolong studi): ensiklopedia, atlas. RPAL-RPUL, pepak basa jawa, pedoman latihan ujian	• negosiasi bersifat win win solution	• Pengadaan di Perpus Desa dan Taman Baca	
	• Buku Literasi: sastra anak, prakarya, humaniora dan budaya, biografi tokoh, humor, komik,		• Bazaar Buku Umum	

	wattpad story			
--	---------------	--	--	--

**Tabel 1. Posisi Penerbit Dalam Produk (Inteligensia Media)**

Kerja sama semacam ini memberikan banyak manfaat bagi semua pihak yang terlibat bisa membuat setiap pihak mendapatkan keuntungan. Dengan ini dapat membuat seperti memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas, dan menciptakan kesempatan untuk menciptakan produk-produk baru atau inovatif dalam industri perbukuan yang dapat membangunkan lagi kreativitas. Dalam Inteligencia Media juga telah diuraikan bagaimana profil penerbitan produk dan lainnya, semua ini bertujuan agar dapat menjalin kerja sama yang baik nantinya dalam hal produksi dan editing naskah.

### **2.1.3 Area Distribusi dan Kerja sama Penjual**

Penerbit memiliki peran kunci dalam produksi buku. Peran tersebut meliputi: Editing Naskah, struktur dan lainnya. Dalam Area Distribusi mencakup bagaimana potensi untuk diterbitkan dan bekerja sama dengan penulis untuk lebih mengembangkan dan meningkatkan karya mereka. Editing sendiri untuk memperbaiki isi dan struktur teks agar pesan jelas dan konsisten. Melakukan pemeriksaan kesalahan tata bahasa, ejaan dan teknis lainnya untuk memastikan keakuratan dan konsistensi. Tentukan desain fisik buku, termasuk sampul dan tata letaknya dan pilih jenis kertas yang sesuai untuk dicetak dalam merencanakan kampanye pemasaran untuk mempromosikan buku dan bekerja sama dengan distributor untuk memastikan buku atau naskah tersedia di berbagai platform penjualan. Melindungi hak cipta atas karya yang diterbitkan dan mengelola izin serta

hak terkait. Mengelola aspek keuangan yang berkaitan dengan produksi buku, seperti biaya penerbitan, peraturan, dan aspek keuangan lainnya. Kami membangun hubungan yang kuat dengan penulis, mendukung mereka melalui proses publikasi dan memastikan mereka puas dengan hasil akhirnya.

Selama ini Inteligencia Media untuk penjualan dan area distribusi bekerja sama dengan PT. Cita Intrans Selaras, yang mempunyai area penjualan seluruh Indonesia, melalui jaringan toko Gramedia, Togamas, *Social Agency* Baru (SAB), Uranus, Kinokuniya, dll. Penerbit memainkan peran penting dalam setiap tahap produksi buku, mulai dari seleksi karya hingga pemasaran dan distribusi, untuk memastikan bahwa buku-buku yang diterbitkan memiliki kualitas yang baik dan tersedia untuk diakses oleh pembaca.

## **2.2 Potensi Sumber Daya Manusia dan Pembagian Divisi Kerja**

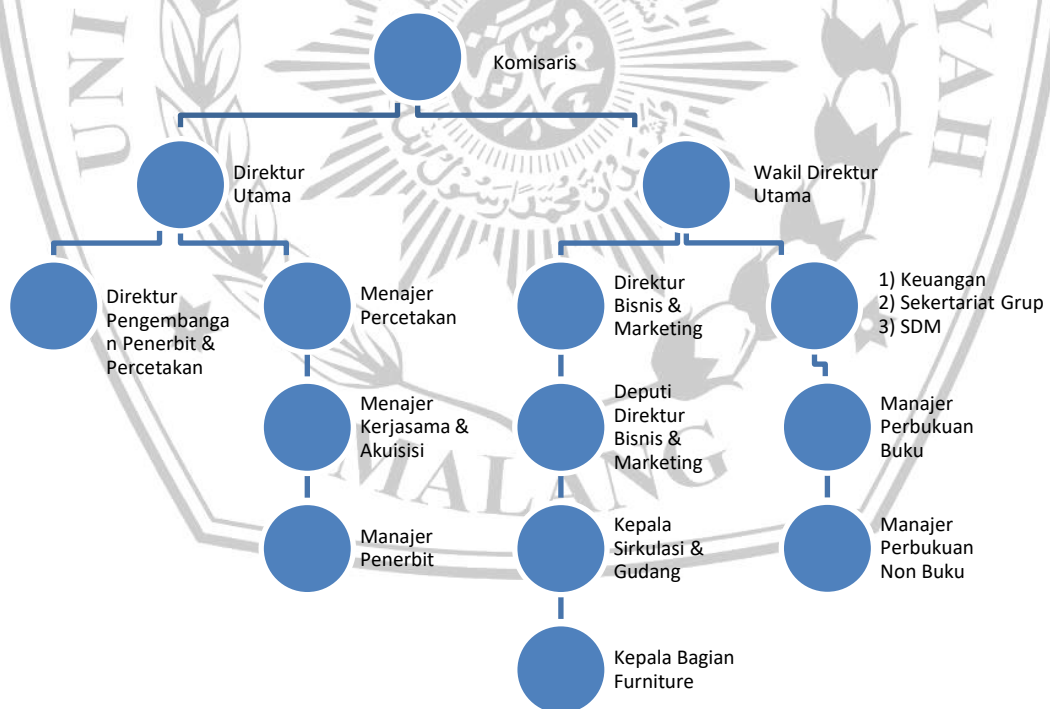
Potensi sumber daya manusia (SDM) dalam sebuah organisasi melibatkan:

Keterampilan dan Kemampuan Karyawan dengan beragam keterampilan, keahlian, serta pengalaman yang diperlukan untuk menjalankan tugas-tugas yang berbeda. Pengembangan Karyawan Investasi dalam pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan kinerja karyawan. Kepemimpinan Memiliki pemimpin yang efektif dan visioner untuk membimbing, menginspirasi, dan mengarahkan tim menuju tujuan perusahaan.



## 2.2.1 Jumlah SDM

Pembagian divisi kerja dalam sebuah organisasi melibatkan beberapa bagian penting dalam perusahaan, dalam struktur umum dapat dikatakan bahwa Jumlah SDM dihitung dari setiap perusahaan. Perusahaan besar cenderung memiliki Jumlah SDM yang banyak Karena harus memiliki beberapa divisi dalam perusahaan. Untuk Jumlah SDM sendiri mungkin di setiap perusahaan memiliki berbagai varian, ini berdasarkan jenis industri, tingkat pertumbuhan bisnis serta lingkungan eksternal yang dapat memperbanyak keinginan sebuah permintaan seperti layanan dan produk. Pembagian divisi kerja dan pengelolaan sumber daya manusia secara efektif membantu organisasi mencapai tujuan dan menjaga keseimbangan antara kebutuhan individu dengan tujuan keseluruhan perusahaan.



**Gambar 10. Struktur PT CITILIA Grup**

Dalam hal ini dengan adanya struktur dari setiap divisi atau keperbaharuan kerja dalam SDM dapat diatur dari beberapa hal yang telah diuraikan di bagian atas tersebut. Untuk dari strategi perusahaan sendiri memiliki jumlah SDM yang dipengaruhi dengan sebuah strategi dalam perusahaan sehingga dapat menjabarkan setiap kepentingan di dalam sebuah perusahaan.

### **2.2.2 Jenis Usaha Citala Grup**

Dalam industri penerbitan buku, terdapat beberapa jenis usaha yang berperan dalam berbagai tahapan produksi buku:

1. Penerbit Besar (Majors): Biasanya memiliki portofolio besar, mereka menerbitkan berbagai genre buku dan memiliki distribusi yang luas. Mereka memiliki sumber daya yang besar untuk pemasaran, distribusi, dan produksi.
2. Penerbit Independen: Biasanya lebih kecil dan fokus pada genre spesifik atau pasar tertentu. Mereka dapat lebih fleksibel dalam pemilihan karya yang diterbitkan dan sering kali lebih berorientasi pada inovasi dan keunikannya.
3. Penerbit Akademis atau Ilmiah: Mengkhususkan diri dalam penerbitan buku-buku yang terkait dengan penelitian, referensi, atau ilmu pengetahuan. Mereka sering kali mempublikasikan buku-buku untuk komunitas akademis dan ilmiah.
4. Penerbit Digital atau Online: Berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, mereka fokus pada buku elektronik (e-book), audiobook, dan konten digital lainnya. Mereka memiliki model bisnis yang berbeda dan sering kali lebih terbuka terhadap penulis baru.

5. Penerbit Hibrida: Menggabungkan elemen-elemen dari penerbit tradisional dengan model bisnis digital. Mereka mungkin menawarkan berbagai bentuk penerbitan, dari cetak hingga digital, serta memberikan fleksibilitas lebih besar bagi penulis.

6. *Self-publishing Platforms*: Meskipun bukan penerbit tradisional, platform-platform ini memungkinkan penulis untuk menerbitkan karya mereka sendiri dengan kontrol penuh atas proses penerbitan, distribusi, dan pemasaran.

Setiap jenis usaha penerbitan buku memiliki pendekatan dan tujuan yang berbeda. Mereka memainkan peran penting dalam menawarkan beragam pilihan bagi penulis dan membantu memperkaya pasar buku dengan karya-karya yang bervariasi.

Sedangkan bisa dilihat bagaimana jenis usaha yang terangkum dalam Citila Grup yaitu :

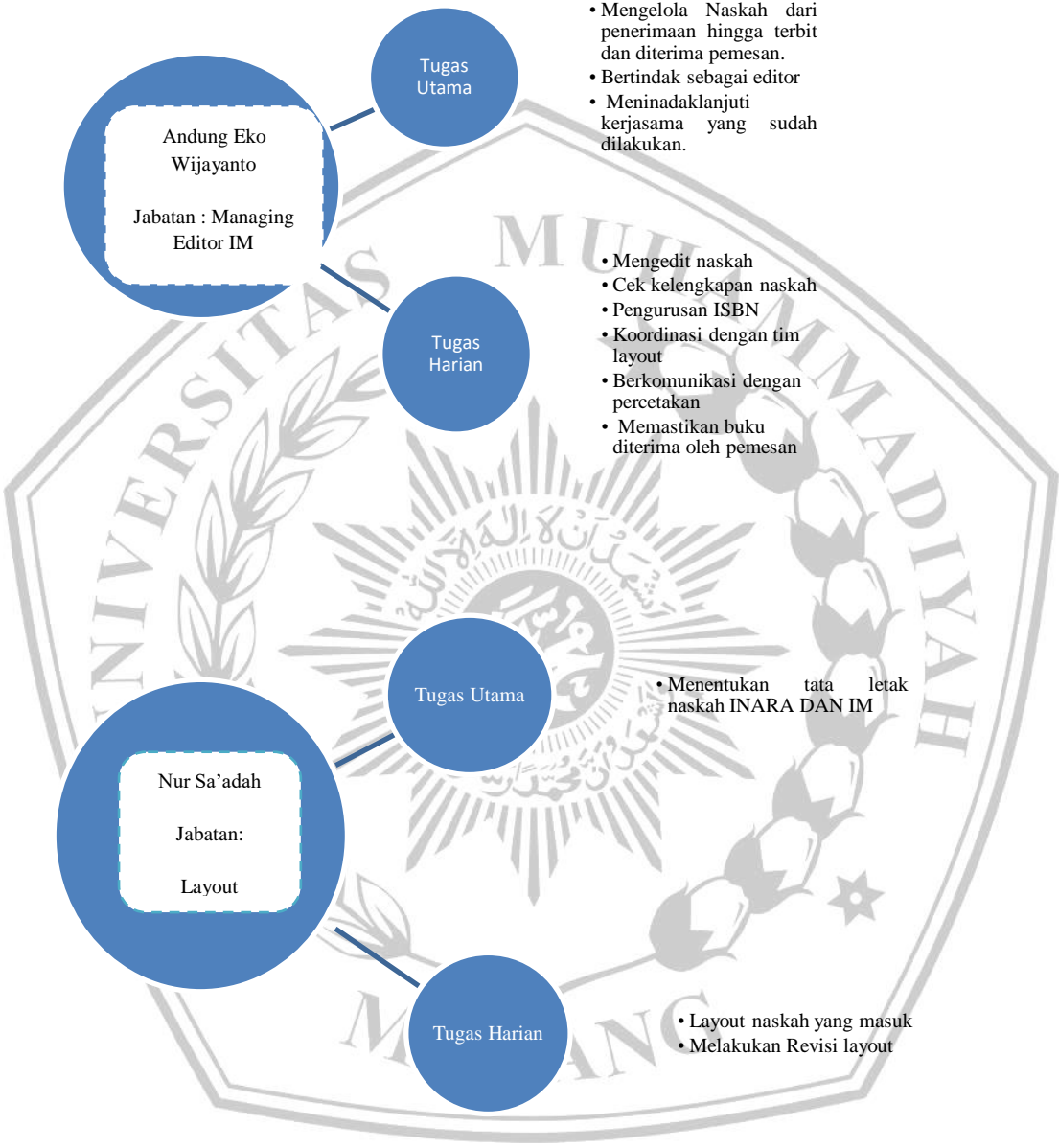


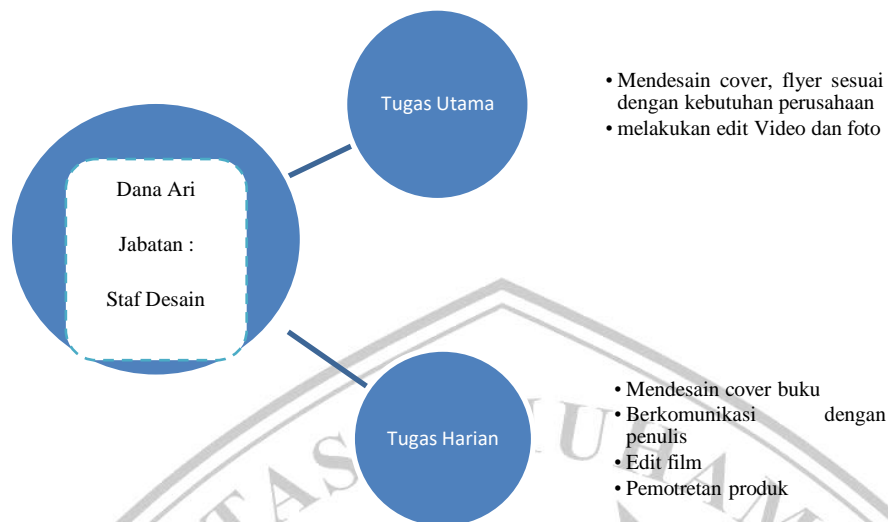
**Gambar 11. Jenis Usaha**

### **2.2.3 Pembagian Divisi Kerja**

Dalam Inteligencia Media, pembagian divisi kerja dapat melibatkan tanggung jawab dari setiap anggota tim sesuai dengan keahlian dan peran dari masing-masing

individu. Dengan cara ini setiap peran dapat memastikan efisiensi, kolaborasi dan pencapaian tujuan secara efektif.





**Gambar 12. Pembagian Divisi kerja**

Divisi kerja di Inteligencia Media, mencakup beberapa tugas yang harus di jalankan yang masing-masing individu memiliki peran penting dalam penyuntingan. Salah satunya, tim Managing Editor Inteligencia Media harus melakukan tugas utama mengelola naskah dari penerimaan sampai naskah terbit dan diterima oleh pemesan. Dengan demikian, tim Managing Editor Inteligencia Media memiliki tanggung jawab yang besar dalam hal pengelola naskah.

Selanjutnya, divisi layout di Inteligencia Media berperan dalam layout naskah yang masuk dan melakukan revisi layout. Tugas utama dari divisi ini, menentukan tata letak naskah yang ada pada naskah Inara dan Inteligencia Media. Kedudukan dalam organisasi divisi layout dapat bertanggung jawab kepada Manajer Inteligencia Media.

Selain itu di Inteligencia Media memiliki divisi desain. Berperan dalam mendesain cover buku, berkomunikasi dengan penulis, edit film, dan pemotretan

produk. Tugas utama dalam divisi ini mencakup mendesain cover, flyer sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan melakukan edit video dan foto. Divisi ini bertanggung jawab kepada kepala unit kreatif.

