

## Distribusi Buku pada Penerbit Prokreatif Media selaku Distributor dalam Menjangkau lebih Banyak Pembaca

Anggi Kumala<sup>1</sup>, Aulia Azmi. S<sup>2</sup>, Hikmah Rosari<sup>3</sup>, Umami Afzah Amirah<sup>4</sup>, Yusniah<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Mahasiswa Prodi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Sosial, UIN Sumatera Utara, Indonesia

<sup>5</sup> Dosen Prodi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Sosial, UIN Sumatera Utara, Indonesia

E-mail: [anggigp60@gmail.com](mailto:anggigp60@gmail.com), [auliaazmi1234@gmail.com](mailto:auliaazmi1234@gmail.com), [hikmahrosari534@gmail.com](mailto:hikmahrosari534@gmail.com),  
[ummiafzaha@gmail.com](mailto:ummiafzaha@gmail.com), [yusniah93@uinsu.ac.id](mailto:yusniah93@uinsu.ac.id)

**Article History:** Received: 2023-05-09 || Revised: 2023-08-21 || Published: 2023-08-31

**Sejarah Artikel:** Diterima: 2023-05-09 || Direvisi: 2023-08-21 || Dipublikasi: 2023-08-31

### Abstract

This study discusses the distribution of books to proactive media publishers as distributors in reaching more readers. This study aims to find out how the distribution of books to Prokreatif Media publishers as distributors reaches more readers. The research method used in this research is a descriptive qualitative approach. Data collection techniques carried out are by interview and observation. The results of this study indicate that the distribution of books to Prokreatif Media publishers is not only done for profit alone, but to broaden the horizons and knowledge of the Indonesian people by collaborating with many parties such as bookstores, libraries, book fairs, online sales, also cooperate with educational institutions. Prokreatif Media Publisher has succeeded in using several book distribution strategies that are effective in reaching more readers and also being able to spread more goodness and benefits through the books that have been published.

**Keywords:** *Distribution; Publishing; Readers; Information Needs.*

### Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai distribusi buku pada penerbit prokreatif media medan selaku distributor dalam menjangkau lebih banyak pembaca. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui bagaimana distribusi buku pada penerbit prokreatif media medan selaku distributor dalam menjangkau lebih banyak pembaca, Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa distribusi buku pada penerbit prokreatif media medan tidak hanya dilakukan untuk mendapatkan keuntungan semata saja, akan tetapi untuk memperluas wawasan dan pengetahuan masyarakat Indonesia dengan menjalin kerja sama dengan banyak pihak seperti dengan toko buku, perpustakaan, acara pameran buku, penjualan online, juga kerja sama dengan institusi pendidikan. Penerbit prokreatif media medan telah berhasil menggunakan beberapa strategi distribusi buku yang efektif dalam menjangkau lebih banyak pembaca dan juga dapat menyebarkan lebih banyak kebaikan dan manfaat melalui buku-buku yang telah diterbitkan.

**Kata kunci:** *Distribusi; Penerbitan; Kebutuhan Informasi Pembaca.*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan pada bidang sastra kini mengalami kenaikan atau peningkatan yang cukup cepat. Kenaikan ini dikarenakan kebutuhan manusia yang semakin kompleks. Hal inilah yang memotivasi penerbit untuk memenuhi akan permintaan buku guna memenuhi kebutuhan informasi penggunanya. Selain itu, sebuah penerbit buku memiliki peran penting bagi keberadaan sebuah karya baik sastra ataupun lainnya. Penerbit dan kegiatan distribusi adalah dua perkara yang saling berkaitan erat dalam mendukung program literasi dan keberadaan karya sastra hingga karya sastra tersebut dapat sampai ke tangan para pembacanya. Sebuah penerbit dapat kita katakan sebagai sebuah hal yang memiliki peran besar dalam karya sastra menjadi sebuah buku yang kita nikmati. Selain itu dalam dunia penerbit terdapat dua jenis penerbit yaitu penerbit mayor dan penerbit indie. Penerbit mayor merupakan penerbit yang menerbitkan buku-buku yang nantinya akan

dipasarkan secara nasional. Setiap penerbit pastinya memiliki aturan tersendiri akan tetapi pada penerbit jenis ini memiliki aturan yang lebih ketat. Berbeda dengan penerbit mayor yang dalam mencetak sebuah buku dalam jumlah banyak, penerbit indie hanya akan mencetak buku sesuai permintaan penulis.

Dalam dunia penerbitan persaingan atau kompetisi menjadi hal yang biasa dan tidak akan pernah musnah begitupun di dunia bisnis lainnya, salah satunya adalah kegiatan pemasaran yaitu distribusi yang dilakukan penerbit buku. Dalam dunia bisnis pada bidang apapun seperti penerbit, pastinya membutuhkan sebuah pemasaran. Salah satunya yaitu kegiatan distribusi yang ditujukan untuk menghubungkan antara penerbit selaku distributor kepada konsumen atau para pembaca. Kegiatan distribusi yang dilakukan oleh penerbit sebagai salah satu aktivitas terpenting guna memperlancar penyaluran serta penyebaran produk yaitu buku sampai ke tangan pembaca. Suatu penerbit buku pastinya tidak akan menerbitkan buku tanpa melalui proses. Sebelum sebuah karya sampai ketangan pembaca, penerbit harus melalui serta menjalankan beberapa kegiatan, yaitu melakukan seleksi naskah atau memilih naskah, hingga mencetak dan kemudian menerbitkannya. Hal ini dilakukan disebabkan penerbit ialah penghubung antara pengarang dan pembaca, yaitu penerbit memiliki tugas mengantar karya tulis seorang pengarang kepada masyarakat umum. Pada proses seleksi naskah, penerbit harus menentukan target pembacanya, dari berbagai naskah yang di seleksi atau di pilih yang ada penerbit akan memutuskan mana yang paling cocok untuk konsumsi pembaca tadi atau publik tersebut. Perkiraan mengenai target pembaca tadi memiliki sifat yang bertentangan yaitu penilaian hal apa yang gemari pembaca dan penetapan nilai karya, tetapi juga tentang keinginan bagaimana yang harus dimiliki publik tersebut. Persoalan terkait apakah buku itu nantinya akan laku? Atau apakah buku itu sesuai atau baik? Pertanyaan semacam ini menjadi hal yang harus dipertimbangkan oleh setiap penerbit buku.

Setelah proses seleksi naskah dilakukan, selanjutnya adalah proses pembuatan buku. Setiap buku pastinya memiliki kertas, format serta tipografi, ilustrasi dan jumlah eksemplar yang akan dicetak pasti berbeda. Penerbit juga harus dapat menentukan sebuah naskah akan disampaikan dalam bentuk buku atau penerbitan secara berkala. Kemudian setelah proses-proses tadi telah dilakukan dengan baik oleh penerbit, maka selanjutnya adalah kegiatan mendistribusikan buku. Pemasaran ialah kegiatan yang penting dalam menentukan berhasil atau tidak sebuah penerbit dalam mendapatkan keuntungan. Adapun salah satu kegiatan pemasaran adalah kegiatan distribusi. Tanpa adanya kegiatan distribusi maka penerbit tidak dapat menyalurkan buku bukunya kepada para pembaca. Dalam menentukan strategi dan tehnik yang tepat dalam pendistribusian buku seringkali penerbit mengalami permasalahan, dalam hal ini diperlukan sebuah manajemen karena dibutuhkan ketelitian serta kecermatan. Demi mencapai target, seringkali penerbit melakukan kesalahan dalam menentukan strategi yang tepat dan efektif. Salah satu strategi yang sering dilakukan penerbit yang sering kita lihat adalah dengan melakukan teknik potongan harga atau diskon. Banyak penerbit telah melakukan teknik ini, dan hasilnya penjualan buku meningkat. Selain itu tehnik lain yang sering dilakukan penerbit adalah program loyalty, serta menyediakan layanan customer service yang cekatan. Tidak hanya teknik diskon. Penerbit juga harus dapat menentukan tehnik promosi yang efektif. Salah satu nya yaitu dengan mencantumkan buku ke dalam bibliografi atau daftar pustaka, mengadakan pameran buku, melakukan event bedah buku serta pertemuan dengan seorang penulis. Selain itu kemudahan transaksi yang diberikan penerbit juga memberikan pengaruh terhadap penjualan buku, yaitu dengan penerbit memiliki situs tersendiri. Pada situs tersebut para calon pembeli dapat melihat informasi buku apa saja yang baru terbit ataupun menemukan informasi buku yang kita perlukan. Selain itu para calon pembeli juga dapat membeli dan memesan buku melalui tranfer dan menunggu buku tersebut dikirim ke alamat yang telah dituliskan.

Perkembangan teknologi yang terus terjadi juga memiliki pengaruh yang besar terhadap proses dan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sebuah penerbit. Persaingan yang semakin ketat mendorong para penerbit buku harus memiliki strategi yang tepat dan jelas agar dapat membawa serta mengarahkan usahanya ke arah yang lebih baik dan dapat melawan dunia digital, karena salah satu tantangan penerbit buku adalah dunia digital yang semakin berkembang seperti kemunculan buku yang berbentuk elektronik yang kita kenal dengan *e-book* dimana hal inii memudahkan masyarakat dalam mengakses segala nya oleh sebab itu hal ini tidak dapat diremehkan karena nantinya penerbit terkena efeknya.

Melihat perkembangan teknologi yang terus terjadi mempengaruhi kegiatan distribusi buku yang dilakukan oleh penerbit, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan ini. Penulis memilih penerbit prokreatif media sebagai tempat tempat penelitian berdasarkan pada pertimbangan serta evaluasi bahwa penerbit ini adalah penerbit yang sedang berkembang serta Penerbit Prokreatif Media ini merupakan penerbit yang bersifat *indie* atau *self publishing* yang hadir untuk menerbitkan karya-karya para penulis yang kesulitan dalam menerbitkan karyanya di penerbit mayor. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kegiatan distribusi yang dilakukan oleh penerbit selaku distributor dalam menjangkau pembaca, serta bagaimana era digital mempengaruhi kegiatan distribusi tersebut.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di penerbit prokreatif media Medan, dimana metode dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif deskriptif yaitu dengan melakukan wawancara dan observasi. Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang menciptakan serta menggarap atau mengolah suatu data yang sifatnya deskriptif, seperti salinan wawancara, catatan, foto, rekaman video dan lain lain (Poerwandari. 1998). Selain itu, metode penelitian deskriptif adalah sebuah metode yang berusaha mencari deskripsi yang sesuai serta cukup dari semua kegiatan, objek, proses dan manusia.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri penerbitan, strategi distribusi yang efektif menjadi faktor yang sangat penting untuk menjamin keberhasilan suatu penerbit dalam memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, Penerbit prokreatif media telah berhasil menggunakan beberapa strategi distribusi buku yang efektif dalam menjangkau lebih banyak pembaca. Dari hasil wawancara mendalam yang dilakukan, pihak-pihak terkait di penerbit prokreatif media dapat di simpulkan bahwa distribusi buku yang dilakukan oleh prokreatif media tidak hanya dilakukan untuk mendapatkan keuntungan semata, namun juga untuk memperluas wawasan dan pengetahuan masyarakat indonesia. Dengan menjalin kerja sama dengan banyak pihak, prokreatif media berhasil menjangkau lebih banyak pembaca dan menyebarkan kebaikan melalui buku-buku yang diterbitkannya. Prokreatif merupakan penerbit dan distributor yang berdiri sejak 2012. Selain menerbitkan buku-buku berkualitas, prokreatif media juga berkomitmen untuk memperluas jangkauan distribusinya agar buku-buku tersebut bisa di akses oleh lebih banyak pembaca di seluruh indonesia. Bagaimana prokreatif media menjangkau lebih banyak pembaca? Berikut adalah beberapa strategi distribusi buku yang dilakukan oleh prokreatif media:

1. Kerja sama dengan toko buku dan perpustakaan  
Penerbit Prokreatif Media menjalin kerja sama dengan toko buku dan perpustakaan di seluruh indonesia. Dengan begitu, buku-buku yang diterbitkan oleh prokreatif media bisa tersedia di banyak tempat dan mudah diakses oleh pembaca. Selain itu dengan menjalin kerja sama dengan perpustakaan, prokreatif media bisa membantu meningkatkan minat baca masyarakat
2. Pameran Buku  
Prokreatif media sering mengadakan pameran buku di berbagai kota di indonesia. Pameran buku ini menjadi ajang bagi prokreatif media untuk memperkenalkan buku-buku terbarunya kepada pembaca. Selain itu, pameran buku juga menjadi tepat prokreatif media untuk menjual buku-buku yang telah diterbitkan dan memberikan diskon khusus untuk pembeli.
3. Penjualan Online  
Selain menjual buku-buku secara *offline*, prokreatif media juga menjual buku-buku secara online melalui website reminya di *marketplace* seperti Tokopedia dan Bukalapak. Dengan adanya penjualan *online*, pembaca dari seluruh indonesia bisa membeli buku-buku dari prokreatif media tanpa harus datang langsung ke toko buku.
4. Kerja sama dengan institusi pendidikan  
Prokreatif Media juga menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan seperti sekolah dan perguruan tinggi. Dengan begitu buku-buku yang diterbitkan oleh prokreatif media bisa digunakan sebagai referensi dan bahan bacaan di lingkungan pendidikan. Selain itu, prokreatif media juga sering mengadakan *workshop* dan pelatihan literasi untuk guru dan siswa di berbagai sekolah.

#### IV. SIMPULAN

Perkembangan teknologi yang semakin berkembang mempengaruhi kegiatan pengolahan distribusi buku yang dilakukan oleh penerbit. Persaingan yang semakin ketat mendorong para penerbit buku harus memiliki strategi yang tepat dan jelas agar dapat membawa serta mengarahkan usahanya ke arah yang lebih baik dan dapat melawan dunia digital, karena salah satu tantangan penerbit buku adalah dunia digital yang semakin berkembang seperti kemuculan buku berbentuk electronic yang kita kenal dengan *e-book*. Dalam pelaksanaan kegiatan distribusi buku yang dilakukan penerbit prokreatif media strategi distribusi yang efektif menjadi factor yang sangat penting untuk menjamin keberhasilan suatu penerbitan dalam memperluas jangkauan pasar. Strategi yang dilakukan oleh penerbit prokreatif media yaitu dengan melakukan kerja sama dengan toko buku, perpustakaan, acara pameran buku, dengan penjualan online, juga kerja sama dengan institusi pendidikan

#### DAFTAR RUJUKAN

- Azhar, R.M., Suparno, O. & Djohar, S. (2017). *Pengembangan Model Bisnis Pada Lokawisata Baturaden Menggunakan Business Model Canvas*. *Jurnal Manajemen IKM*, 12(2), 137-144.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing (16th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Li, Y., & Shi, Y. (2017). *Distribution channels and pricing strategies in an online book market*. *Journal of Business Research*, 79, 221-230.
- Lubis, dkk. (2016). *Pengantar Kewirausahaan*. Medan: Perdana Publishing
- Luckett, M. (2018). *The importance of effective distribution channels in the book industry*. *Publishing Research Quarterly*, 34(3), 317-327.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y.Ves. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo
- Penerbit Prokreatif Media. (2022). *Tentang Kami*. [online] Available AT <https://www.prokreatifmedia.com/tentang-kami>[Accessed 9 Apr. 2023].
- Pratami, N.W.C.A. (2016). *Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Jasa Pengiriman Dokumen di Denpasar*. *Jurnal Sistem dan Informatika*.
- Ramadhan, D., Susanto, J. & Arianti, R.A. (2019). *Application of Canvas Model Business Analysis: Case Study of Free Power Business*. *Journal of Agribusiness Sciences*, 2(2), 53- 58.
- Setiawan, A. & Eka, M. (2017). *Analisis Bisnis Model Pada DriverBDG Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas*. *Proceeding of Management*, 4(3), 2968.
- Siahaan, T. & Sisilia, K. (2017). *Analisis Model Bisnis Dari Galeripos.com Dengan Menggunakan Business Model Canvas*.
- Simatupang, T. M., & Sitorus, T. M. (2019). *The role of distribution channels in the success of the Indonesian book industry*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(4), 205-213.
- Stone, B. K., & Jacobs, R. F. (2014). *Successful Direct Marketing Methods*. Routledge.
- Taneja, H., & Gupta, A. (2018). *Impact of e-commerce on traditional retail distribution channels*. *Journal of Indian Business Research*, 10(3), 192-209.
- Gondosaputro, H.R. (2017). *Analisis Business Model pada CV. Triputra Perkasa*. *Agora* 5(1).