

BAB IV

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

4.1. KESIMPULAN

Persaingan di dalam industri penerbitan semakin ketat sejak hadirnya era penerbitan digital yang mulai terasa. Sebagai respon cepat dari Mizan dalam menghadapi era digitalisasi dengan membuka unit usaha baru bernama Mizan Digital Publishing, setelah membuka *market place* yaitu Mizanstore.com. Sebagai penyedia konten, Mizan menawarkan konten mereka dalam berbagai format dengan penetapan harga sebagai salah satu strategi. Mizan mengarahkan penerbitan digitalnya menjadi produsen yang *low-cost* dalam industri untuk setiap level kualitas sebagai strategi turunan dalam keunggulan biaya mereka dengan tujuan meraih keuntungan yang lebih besar. Strategi diferensiasi yang mereka lakukan tidak hanya dalam bentuk produk digital, namun termasuk juga kualitas layanan. Hampir semua perusahaan melakukan strategi diferensiasi karena hal ini sangatlah penting, namun diferensiasi sangat terkait dengan keunikan. Dengan kata lain, apabila diferensiasi suatu perusahaan dapat mudah ditiru pesaing, maka diferensiasi tidak menjadi unik lagi. Disinilah kekuarangan Mizan dalam hal diferensiasi, belum ada sesuatu yang baru dari penerbitan digitalnya, strategi mereka mudah dan cepat diikuti dan dilakukan oleh penerbit pesaing lainnya. Jadi, dapat disimpulkan strategi diferensiasi Mizan belum begitu berhasil.

Sebagai salah satu penerbit besar dalam menghadapi era digitalisasi, Mizan melakukan taktik sebagai bagian dari daftar strategi yang mereka lakukan, yaitu: membuka diri dalam persaingan. Mizan menganggap persaingan sangat dibutuhkan dalam sebuah bisnis. Hal ini akan membuat Mizan semakin tertantang dan terus melakukan inovasi; Beradaptasi untuk masa depan, menerima perubahan, merombak proses mereka, merekrut karyawan yang ahli dalam teknologi, dan menawarkan konten mereka dalam berbagai format, baik dalam bentuk digital atau cetak. Dengan penetapan harga yang bersaing, Mizan bertujuan membantu perkembangan inovasi dan kompetisi. Hal ini akan

melepaskan cengkeraman monopoli dalam industri penerbitan. Sebab, konsumen mendapatkan banyak keuntungan dari eBook, yang setelah masuk di *online bookstore*, hadir lebih interaktif dan menarik; Menyesuaikan prosedur bisnis, memastikan orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya untuk mengelola penerbitan digital mereka, karena harus beradaptasi dengan konten digital untuk memenuhi perubahan kebiasaan membaca dan belanja konsumen, keterampilan teknis diperlukan agar dapat memastikan konten dapat dikelola dengan baik; Menawarkan fitur tambahan dalam eBook dan juga aplikasi, karena hal tersebut meningkatkan nilai publikasi digital, pengayaan multimedia ini dapat menyesuaikan dengan harga yang lebih tinggi; Kerjasama, hal yang penting untuk membangun kehadiran konten pada semua platform: di toko buku, online bookstore, pengembang aplikasi.

Mizan menghadapi perubahan yang terjadi dalam bisnis penerbitan yang selalu dinamis. Salah satunya adalah perubahan yang terjadi dari luar. Persaingan di dalam sebuah bisnis atau industri sebenarnya sangatlah diperlukan. Karena dengan adanya persaingan ini, akan ‘memaksa’ sebuah perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk atau jasanya. Kekuatan sebuah perusahaan harus dipetakan terlebih dahulu sebelum menyusun strategi. Selama ini, bentuk persaingan yang selalu dianggap ada hanyalah persaingan langsung sesama perusahaan. Namun, sebenarnya ada beberapa macam persaingan yang harus dipahami oleh perusahaan. Tidak hanya persaingan langsung sesama perusahaan dalam satu industri, tapi juga perubahan yang terjadi, yang bisa muncul dari perkembangan teknologi.

Secara keseluruhan tampaknya dalam strategi penerbitan digital Mizan, mereka belum begitu fokus secara total karena penerbit pesaing besar lainnya yaitu Gramedia juga melakukan hal yang serupa dengan mereka. Sebagai sebuah industri kreatif, penerbitan buku harus selalu terus diperbaharui dengan ide-ide baru yang kreatif. Hal ini diakibatkan pendapatan dari buku cetak masih jauh lebih besar, dibandingkan buku digital. Jika Mizan terus berinovasi, salah satunya dalam bidang inovasi teknologi, tidak menutup kemungkinan Mizan menjadi pemimpin pasar dalam industri penerbitan digital.

Dalam bisnis atau industri penerbitan karena persaingan tidak hanya sesama penerbit, tapi persaingan yang muncul karena adanya teknologi komunikasi dan informasi yang terus berkembang. Penerbit merupakan pengontrol utama dalam industri penerbitan tradisional. Namun, dalam era digital, hal itu kemudian sedikit bergeser, bagaimana dan platform distribusi (internet) menjadi yang utama dan menjadi pusat dalam kreasi rantai nilai penerbitan digital. Maka dari itu, penerbit manapun yang membangun platform digital yang lebih matang akan menjadi pengontrol dalam rantai nilai dan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Dahulu penerbitan digital hanya sebatas mengubah format buku dari cetak ke elektronik, namun kegiatan penerbitan digital semakin luas dari waktu ke waktu, tidak hanya perubahan format, namun juga bagaimana buku tersebut diformat dengan baik oleh penerbit, dengan pertimbangan mudah digunakan (*user friendly*), kenyamanan, metadata yang baik, pengkategorisasian yang benar, orang-orang mudah menemukannya dengan mesin pencari serta platform distribusi, dalam hal ini adalah internet, bagaimana menyediakan buku tersebut secara global.

Walaupun saat ini buku cetak masih memberikan kontribusi yang besar dalam penghasilan, namun jika penerbit tidak membuat strategi penerbitan digital yang tepat dalam operasi mereka, maka hal yang dapat diramalkan terjadi adalah: pengguna yang sulit mengakses versi digital dari buku penerbit akan dengan mudah berpaling ke penerbit lain tentu ini akan mempengaruhi penjualan, evolusi teknologi yang terus berjalan, kebiasaan membeli dan membaca, tren permintaan dan penawaran akan membuat penerbit ketinggalan, kesempatan untuk menjual buku cetak bisa saja semakin berkurang sebagaimana toko buku akan berkembang menjadi toko buku elektronik dan yang terakhir adalah penulis akan mulai meninggalkan penerbit karena kemampuan untuk menerbitkan buku secara mandiri dengan bantuan teknologi.

4.2.REKOMENDASI

Penelitian ini secara khusus meneliti satu penerbit saja, perlu adanya penelitian lebih lanjut penerbit-penerbit lainnya di Indonesia agar dapat mengetahui kesiapan industri penerbitan di Indonesia secara umum dalam menghadapi arus digitalisasi. Penelitian ini juga melihat ke strategi bisnis penerbitan digital, sebaiknya ada penelitian lebih lanjut dan mendalam mengenai rantai penerbitan di Indonesia setelah digitalisasi mempengaruhi pengelolaan penerbitan cetak.

Penelitian ini juga hanya melihat kondisi internal dalam hal ini yaitu strategi di Mizan dalam menghadapi era digital. Namun era digital pun juga merubah hubungan antara penerbit dengan salah satu konstituen mereka, yaitu penulis. Sejak meledaknya arus digitalisasi dalam penerbitan, hubungan antara penulis dan penerbit pun ikut berubah. Penulis tidak bergantung lagi pada penerbit. Bahkan beberapa penulis sudah menjadi *eBook gardener* yang bisa menghasilkan buku tanpa campur tangan penerbit. Hal ini menjadi sebuah tantangan atau bisa jadi masalah tersendiri bagi penerbit. Perlu penelitian lebih lanjut untuk melihat strategi penerbit dalam menjaga hubungan mereka dengan penulis yang semakin tidak bergantung lagi karena kemudahan teknologi informasi dan komunikasi.