

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dibandingkan dengan negara-negara ASEAN, dari segi jumlah, Indonesia memiliki penerbit yang memadai, lebih dari 600 perusahaan. Thailand memiliki 200 penerbit, Vietnam dengan 39 penerbit, Malaysia dengan 150 penerbit aktif dari 500 penerbit yang terdaftar, Singapura dengan 79 penerbit (data: *Asean Conference on Book Development*, 1996). Meskipun begitu, jika dibandingkan dengan jumlah penduduk yang dilayani di setiap negara, kebutuhan buku yang dihasilkan masih amat kurang mencukupi. Oleh karena itu, industri penerbitan buku memberi tantangan dan peluang besar dari segi profitabilitas maupun benefiditas perusahaan bagi kemajuan bangsa Indonesia.

Perkembangan industri penerbitan buku Indonesia menunjukkan pertumbuhan pesat seiring bertumbuhnya teknologi media dan komunikasi. Gambaran penerbitan sebagai bisnis konvensional yang membutuhkan modal investasi besar pun mulai berubah. Hasil riset IKAPI menunjukkan bahwa peluang industri penerbitan buku mencapai nilai Rp 1,6 triliun/tahun dengan rata-rata 6.000 judul buku baru diterbitkan setiap tahun. Dari peluang sebesar itu, buku umum meraih angka Rp 400 miliar, sedangkan buku agama dan buku pelajaran untuk siswa (dan mahasiswa) Rp 1,1 triliun. Tahun 2008, penjualan buku meningkat 30 sampai 50 persen. Penjualan yang

meningkat berkorelasi positif dengan peningkatan judul buku. Jika sebelumnya judul buku yang dirilis hanya berkisar 6.500 judul per tahun, sejak 2008 jumlahnya meningkat menjadi 10.000 judul buku per tahun. Hal ini menumbuhkan industri penerbitan buku sebagai alternatif bisnis yang layak diperhitungkan. Buku baru yang terjual itu diterbitkan oleh 686 penerbit yang tergabung dalam Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI). Dari jumlah penerbit itu, 106 di antaranya merupakan penerbit buku pelajaran, 460 penerbit buku umum, dan 120 penerbit memfokuskan diri pada buku-buku bergenre islami. (Warso, 2010).

Menerbitkan buku adalah proyek idealis yang tidak lepas dari peran para pelakunya. Idealisme awal kegiatan penerbitan buku adalah membantu pemerintah dan masyarakat meningkatkan mutu pendidikan nasional melalui budaya minat baca yang tinggi. Pemerintah mengutamakan buku murah tapi bermutu. Hal ini didasarkan pada beberapa fakta bahwa buku murah dapat meningkatkan minat baca masyarakat, lebih-lebih daya beli masyarakat yang umumnya merosot akibat krisis ekonomi. Buku bermutu dapat meningkatkan mutu pendidikan masyarakat, selagi pendidikan nasional sedang merosot kualitasnya. Jadi, buku murah tetapi berkualitas sangat membantu dalam memacu pemberdayaan sumber daya manusia (SDM) yang masih lemah (Taryadi, 1997).

Untuk menjaga dinamika perkembangan buku di Indonesia, dibentuk sebuah organisasi yang beranggotakan para penerbit di Indonesia, yaitu IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia). Dalam Mukaddimah Anggaran Dasar IKAPI, dinyatakan bahwa buku “membentuk watak manusia dan membina peradaban bangsa” maka Kongres

IKAPI tahun 2010 membicarakan tema “Buku untuk Mempercepat Kemandirian Bangsa”. Beberapa persoalan yang mengemuka dalam bisnis penerbitan buku dan telah dibicarakan dalam kongres IKAPI, antara lain: peran IKAPI dalam mendorong penyajian buku bagi kemandirian bangsa; buku yang dapat mendorong masyarakat melakukan olah pikir, olah hati, dan olah raga; penyajian buku yang menarik, terjangkau harganya oleh masyarakat dan mudah diperoleh; membina kerja sama dengan mitra strategis; upaya membangun budaya baca dan cinta buku. IKAPI kini memiliki sekitar 15 kantor cabang, dengan anggota tersebar di seluruh Indonesia, meskipun keberadaannya masih belum merata.

Krisis memang telah menutup bisnis sekitar 300 penerbit dari 600 penerbit yang tercatat di IKAPI. Para pelaku penerbitan buku masih banyak yang bertahan untuk menjalankan bisnisnya dan mengatur strategi baru untuk bisa bertahan bahkan terus bertumbuh dalam bisnis. Persaingan semakin menekan ketika perkembangan digital media tumbuh pesat. Sebuah buku sebagai hasil karya cipta intelektual yang dikemas sebagai *printed media* (produk tercetak) pada beberapa kesempatan harus dihadapkan pada persaingan teknologi yang mengemasnya sebagai *e-book*. Dukungan teknologi komunikasi yang makin maju membuat orang bisa membaca buku di mana saja dalam sebuah file elektronik lewat alat komunikasinya (*ipad*, telepon genggam, dll.). Perkembangan *cyber media* dan internet juga semakin mendukung tersedianya referensi untuk memenuhi aneka kebutuhan informasi dan ilmu pengetahuan.

Industri penerbitan dituntut segera menetapkan standardisasi kompetensi kerja di bidang editing dan penulisan untuk mendongkrak produktivitas buku nasional yang berkualitas. Tren industri penerbitan mengalami pergeseran dari konvensional ke format digital sehingga praktisi SDM di bidang penerbitan pun harus meluaskan kompetensinya sesuai dengan tren itu. Misalnya, kompetensi penerbitan subbidang editing sebaiknya mampu menangani *all digital format* atau multimedia yang mencakup teks, gambar, foto, dan video, termasuk meng-*update* website.

“... dunia penerbitan di Indonesia belum memiliki standar untuk menentukan berkualitas atau tidaknya sebuah karya buku. Di Indonesia ada 1.020 penerbit buku dengan puluhan ribu SDM editor dan penulis yang berafiliasi di dalamnya, tetapi belum ada satu pun yang terstandardisasi karena memang belum ada standarnya. Industri penerbitan di luar negeri telah memiliki standarisasi kompetensi kerja di bidang penerbitan buku sejak lama sehingga karya-karya buku impor cenderung lebih terjamin dari sisi kualitas”. (Bisnis Indonesia, 30 Juni 2010).

Meski industri penerbitan berkembang pesat namun 2-3 tahun terakhir tampak bahwa industri penerbitan mengalami kelesuan. Penerbit menghadapi tantangan biaya produksi dan distribusi yang tinggi, daya beli masyarakat dan dukungan pemerintah yang lemah. Rata-rata produksi buku dan angka penjualan buku terus menurun, sementara biaya produksi justru naik tajam karena harga kertas dan ongkos distribusi meningkat. Penerbit dan percetakan hanya memperoleh 7% dari total harga jual buku. Sebagian besar biaya, sebanyak 50%, terserap untuk biaya distribusi buku ke toko-toko buku. Beban biaya terbesar lainnya adalah tingginya harga kertas dan pajak kertas yang mencapai 15% dari harga buku.

Salah satu lini produk terbitan yang paling banyak mempengaruhi dinamika industri penerbitan adalah buku sekolah/pelajaran. Buku-buku sekolah di Indonesia

yang meliputi buku pelajaran, buku bacaan, dan buku sumber menguasai sekitar 65 % pangsa pasar buku di Indonesia. Populasi yang dilayani mencapai lebih dari 44,8 juta siswa dan lebih dari 2,6 guru seluruh jenjang Negeri dan Swasta (Data Depdiknas, 2004). Hal ini didukung paparan Sitepu (2000) yang menyatakan bahwa buku pelajaran mempunyai kedudukan dan fungsi strategis serta penting dalam upaya pemerataan kesempatan memperoleh pendidikan serta meningkatkan mutu proses dan hasil pembelajaran.

Upaya pemerintah untuk menyediakan buku pelajaran pokok SD, SLTP, dan SLTA untuk setiap siswa masih mengalami permasalahan dalam pengadaan, penyaluran, dan pemanfaatannya sehingga dana yang begitu besar untuk penyediaan buku pelajaran pokok itu tidak efektif dan efisien. Sementara itu, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi perlu dipertimbangkan dan dimanfaatkan sebagai sumber pembelajaran dan memberikan pengaruh dalam penentuan strategi pembelajaran, termasuk dalam penyusunan dan pemanfaatan buku pelajaran pokok. Otonomi daerah nampaknya merupakan salah satu solusi dalam mengatasi masalah penyediaan buku pelajaran pada umumnya dan buku pelajaran pokok pada khususnya. Kebijakan ini diharapkan juga dapat mendukung perkembangan industri buku secara nasional. (Sitepu, 2000).

Buku pelajaran yang dipakai di sekolah tidak hanya berdampak pada kualitas proses dan hasil pembelajaran, tetapi juga memberi pengaruh pada angka partisipasi anak usia sekolah serta pada perkembangan industri buku secara nasional. Buku pelajaran yang memenuhi persyaratan pendidikan dalam jumlah yang memadai dan tepat waktu dapat menjadi sumber pembelajaran yang meningkatkan proses serta hasil pembelajaran dan sebaliknya.

Penelitian ini akan menganalisis industri penerbitan di Indonesia dalam menghadapi tantangan persaingan yang makin kuat. Situasi persaingan ini tampak jelas dalam lini terbitan buku pelajaran atau buku sekolah. Keberadaan buku pelajaran di Indonesia sangat ditentukan oleh keberadaan penerbit yang menyediakan,

kebijakan pemerintah tentang kurikulum, penilaian standar kualitas buku, hingga mekanisme pengadaannya di sekolah yang berubah-ubah setiap kali terjadi pergantian pejabat di Kementerian Pendidikan Nasional. Fokus analisis penelitian ini diletakkan pada kajian industri penerbitan buku sekolah atau buku pelajaran. Penentuan bidang kajian didasarkan pada hasil analisis penelitian yang dilakukan oleh panitia Kongres Perbukuan Nasional seperti tercantum dalam tabel berikut.

Tabel 1.1. Persentase Buku yang Diterbitkan Dilihat dari Jenisnya

No	Jenis Buku	Jumlah
1	Buku Sekolah	65 %
2	Buku Perguruan Tinggi	15 %
3	Buku Agama	15 %
4	Buku Lainnya	5 %

Sumber: Kongres Perbukuan Nasional I, tahun 1995

Dari tabel di atas, lini buku sekolah yang menyajikan buku-buku pelajaran kurikuler, kokurikuler, dan pendukung pengayaan di tingkat TK-SD-SMP-SMA/K meraup pangsa pasar terbesar dalam industri penerbitan buku di Indonesia. Berbagai persoalan muncul dalam operasional di lapangan berkaitan dengan penggunaan buku sekolah.

Menteri Pendidikan Nasional Abdul Malik Fadjar menyatakan tidak keberatan jika ada keinginan sekolah untuk memilih sendiri buku pelajaran yang akan dipakai para siswanya. Dengan demikian, pemerintah bersama IKAPI hanya bertindak sebagai penjaga standar mutu isi buku pelajaran terbitan penerbit yang hendak dipilih sekolah yang bersangkutan. (Kompas, 14 September 2001). Hal ini menunjukkan bahwa masih ada intervensi birokrat pendidikan dalam menentukan penggunaan buku pelajaran di sekolah; kurangnya kemampuan sekolah dalam menentukan kualitas buku pelajaran; dan terlibatnya Dewan Sekolah dalam menentukan buku pelajaran. (Taryadi, 2001).

Dalam kondisi ini, perusahaan penerbitan harus memikirkan strategi bertahan, yang dimulai dengan melakukan analisis industri. Model yang paling banyak dipakai hingga saat ini adalah *Five Forces Model* menurut Porter (1991). Analisis ini dibuat berdasarkan lima kekuatan kompetitor, yaitu masuknya kompetitor baru, ancaman produk atau jasa pengganti, kekuatan pembeli, kekuatan *supplier*, dan persaingan di antara pelaku bisnis/industri yang sudah ada. Selain kelima kekuatan itu, kadang-kadang ditambahkan kajian terpisah untuk kekuatan pemerintah yang memberi dampak besar melalui regulasi yang dikeluarkan dan berimbas terhadap industri penerbitan buku sebagaimana terjadi dalam industri penerbitan buku pelajaran.

Dari hasil penelitian ini akan diketahui situasi persaingan dalam industri penerbitan buku sekolah di Indonesia. Hal itu dapat menjadi dasar pemikiran bagi manajemen perusahaan untuk memikirkan strategi yang tepat agar dapat bertahan dalam bisnis. Secara teori, ada beberapa cara yang dapat ditempuh, misalnya, melindungi perusahaan dari pengaruh lima kekuatan persaingan menurut model dari Porter; berusaha mempengaruhi aturan persaingan dalam industri untuk kepentingan perusahaan; memperkuat posisi persaingan agar perusahaan lebih banyak berperan dalam persaingan. Penerbit juga harus melakukan upaya menemukan inovasi nilai sehingga perusahaan bebas dari persaingan karena menemukan pasar baru yang potensial dan memberi keuntungan yang lebih besar. Hal ini dikenal dengan strategi samudera biru, yang mengusahakan terbentuknya pasar baru dimana persaingan menjadi tak relevan.

Salah satu penerbit buku pelajaran di Indonesia adalah Penerbit Kanisius, yang sejarah keberadaannya tidak dapat dilepaskan dari sejarah misi Gereja di Indonesia, khususnya Jawa melalui Serikat Yesus. Karya ini dimulai oleh Pastor Frans van Lith SJ pada akhir abad ke-19 dengan mendirikan Yayasan Kanisius (Perkumpulan Kanisius atau *Canisius Vereeniging*). Kegiatan utamanya adalah menyelenggarakan pendidikan bagi orang-orang pribumi. Kebutuhan akan buku-buku bacaan sekolah dan pendidikan agama sebagai sarana utama berlangsungnya kegiatan pengajaran penduduk pribumi tersebut mengawali berdirinya Kanisius.

Dalam perkembangannya hingga usia ke-89 tahun, Kanisius menghasilkan produk buku, termasuk buku pelajaran; majalah, multimedia untuk memberdayakan masyarakat, khususnya melalui pendidikan baik formal, informal, maupun nonformal. Produk yang dihasilkan telah didistribusikan ke seluruh Indonesia lewat agen dan kantor pemasaran cabangnya. Dalam situasi persaingan ketat industri penerbitan buku pelajaran, Penerbit Kanisius tetap mendukung pembangunan kualitas bangsa. Dengan tetap memperjuangkan visi misinya itu, Kanisius melayani dunia pendidikan bersama dengan para penerbit buku pelajaran lain di Indonesia menyediakan buku sesuai dengan kebutuhan.

Berdasarkan kekhasan itu dan pertimbangan peneliti maka penelitian ini akan mengamati perkembangan bisnis dan persaingan dalam dunia penerbitan, khususnya melalui objek Penerbit Kanisius. Pada usia 89 tahun, Kanisius harus melakukan berbagai strategi agar tetap *survive* dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis penerbitan, termasuk buku pelajaran.



## 1. Rumusan Masalah

Penelitian ini akan menganalisis persaingan industri penerbitan buku sekolah di Indonesia. Hal ini dilakukan dengan memetakan industri penerbitan buku di Indonesia khususnya dalam menghadapi masalah kompetisi bisnis di bidang pendidikan. Rumusan masalah yang akan diteliti didasarkan pada model analisis industri, berdasarkan lingkungan internal dan eksternal perusahaan, menurut lima kekuatan persaingan yang disampaikan Porter (1979, 1991).

Untuk mempertajam kajian analitis, Kim dan Mauborgne (2005) menunjukkan strategi samudera biru yang membuat ruang pasar tanpa pesaing sehingga kompetisi tidak lagi relevan. Permasalahan yang diteliti selanjutnya dirumuskan sebagai berikut.

- a. Pada segmen buku sekolah/pelajaran, bagaimana situasi persaingan ditinjau dari lima kekuatan persaingan menurut Porter, yang meliputi:
  - 1) pendatang baru yang memasuki industri penerbitan?
  - 2) ancaman produk pengganti buku?
  - 3) daya tawar (kekuatan) para pembeli buku?
  - 4) daya tawar (kekuatan) para *supplier*?
  - 5) pelaku industri penerbitan yang sudah ada?
- b. Faktor kunci apa saja yang menentukan keberhasilan (*Key Success Factor/ KSF*) Penerbit Kanisius, dalam menghadapi lima pilar kekuatan persaingan menurut Porter?

- c. Dengan menggunakan strategi kanvas, bagaimana Penerbit Kanisius dapat melakukan inovasi nilai dan membangun samudera biru bagi bisnis buku pelajaran yang dijalankan?

## 2. Batasan Masalah

Industri penerbitan buku yang dibicarakan dalam penelitian ini menurut klasifikasi SIC (*Standard Industrial Classification*), dari pemerintah Amerika, kelas/kelompoknya ditunjukkan dalam tabel berikut.

Tabel 1.2. Klasifikasi Industri Penerbitan Buku Menurut SIC

Kode	Klasifikasi menurut SIC
2711	Newspapers: Publishing or Publishing & Printing
2721	Periodicals: Publishing or Publishing & Printing
2731	Books: Publishing or Publishing & Printing
2732	Book Printing

Sumber: SIC (*Standard Industrial Classification*),

Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) tahun 2005 yang dikeluarkan Deperindag Indonesia, industri penerbitan buku pelajaran dapat dimasukkan dalam Kelompok 22110, yaitu penerbitan buku, buku pelajaran, atlas/peta, brosur, pamlet, buku musik, dan publikasi lainnya yang mencakup usaha penerbitan buku, buku pelajaran, atlas, brosur, pamflet, buku musik, dan publikasi lainnya.

Industri penerbitan buku di Indonesia dibangun oleh sekelompok perusahaan yang menjalankan bisnis dengan menerbitkan dan menawarkan

produk buku dalam berbagai bentuk dan kepentingan/tujuan melalui saluran distribusi yang ada. Ada banyak buku yang dihasilkan dan dikelompokkan seperti pada Tabel 1.1 yang akhirnya menjadi dasar pengelompokan penerbit yang menyajikannya. Penerbit buku sekolah menyediakan buku pelajaran untuk mendukung kegiatan belajar mengajar di sekolah mulai dari TK-SD-SMP-SMA/K. Pembelian buku pelajaran dapat dilakukan secara reguler ke sekolah, toko buku, atau proyek pemerintah. Beberapa nama penerbit besar yang bergerak dalam bisnis penerbitan buku sekolah, misalnya: Erlangga, Grasindo (kelompok KKG), Kanisius, Yudhistira, Ganeca Exact, dan Intan Pariwara. Penelitian ini dibatasi dengan studi kasus pada Penerbit Kanisius Yogyakarta yang beralamat di Jl. Cempaka no. 9 Deresan, Yogyakarta 55281.

Karena penelitian ini fokus mengamati persaingan industri penerbitan buku sekolah maka dibutuhkan dukungan peta pemakaian buku pelajaran di beberapa sekolah. Dalam konteks penelitian ini digunakan data serapan buku pelajaran oleh beberapa sekolah Katolik yang dikelola oleh yayasan pendidikan Katolik berdasarkan permintaan mereka dari Penerbit Kanisius Yogyakarta. Hal ini dilakukan sebagai penajaman atas keprihatinan yang disajikan dalam latar belakang tentang rendahnya mutu pendidikan di Indonesia, sekaligus berbagi keprihatinan berdasarkan spiritualitas yang sama. Keberadaan sekolah katolik yang mempunyai mekanisme pengelolaan tertentu, sangat berkaitan dengan upaya membangun karakter, kemandirian, dan kualitas manusia seutuhnya.

### 3. Keaslian Penelitian

Penelitian tentang industri penerbitan buku di Indonesia jarang ditampilkan dalam berbagai media publikasi secara ilmiah, baik *printed material* dalam jurnal ilmiah maupun media internet. Pembicaraan tentang industri penerbitan buku sangat sering dilakukan dalam aneka forum diskusi dan artikel di media massa dan internet. Ada juga beberapa penelitian khusus tentang penerbit tertentu, namun sifatnya lokal, topik yang dibicarakan *segmented*, dan lingkup kajiannya terbatas.

Penelitian yang dilakukan Sulistyorini (1995) antara lain menyimpulkan bahwa lingkungan usaha yang terinci dalam *customer, competition, change, dan company* mempengaruhi penjualan lini-lini produk buku Kanisius dengan tingkat intensitas yang berbeda. Karakter khusus tiap lini pada sisi produksi maupun pasar turut mempengaruhi intensitas dampak lingkungan terhadap lini tersebut.

Peneliti menemukan penelitian lain berkaitan dengan model lima kekuatan persaingan Porter yang dilakukan oleh Wang dan Chang (2009) tentang *Entrepreneurship and Strategy in China: why 'Porter's five forces maynot be'*. Penelitian lain berkaitan dengan model lima kekuatan persaingan Porter dilakukan oleh Smith (2009), *Internet Retail Banking. A Competitive analysis in an increasingly financial troubled environment*. Hasil penelitian tersebut dipaparkan dalam tinjauan pustaka.

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi lima kekuatan persaingan menurut Porter yang dihadapi Penerbit Kanisius Yogyakarta sebagai penerbit buku pelajaran di Indonesia.
2. Mengidentifikasi faktor kunci yang menentukan keberhasilan (*Key Success Factor/KSF*) Penerbit Kanisius Yogyakarta sebagai penerbit buku pelajaran (buku sekolah) di Indonesia.
3. Dengan menggunakan strategi kanvas, menggambarkan bagaimana Penerbit Kanisius dapat melakukan inovasi nilai dan membangun samudera biru bagi bisnis buku pelajaran yang dijalankan.

## **C. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi perusahaan penerbitan: memberi gambaran situasi persaingan yang dihadapi untuk mempertimbangkan strategi bisnis ke depan, berdasarkan kondisi aktual industri penerbitan buku saat ini.
2. Bagi almamater: memperkaya khasanah penelitian di Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta tentang industri penerbitan buku di Indonesia, melalui objek Penerbit Kanisius Yogyakarta.
3. Bagi peneliti: memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi di Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

4. Bagi peneliti berikutnya: memberikan pandangan serta wacana situasi persaingan dalam industri penerbitan buku, khususnya melalui analisis di lini produk buku sekolah serta persoalan-persoalan yang dihadapi para penerbit, pengguna buku, serta distributor/penyedia buku terbitan.

#### **D. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan tesis ini dibagi dalam beberapa bab dan selengkapnya dikelompokkan sebagai berikut.

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan diuraikan permasalahan industri penerbitan buku khususnya buku sekolah, dilengkapi dengan fenomena yang melatarbelakangi persaingan bisnis dan lingkungan bisnis perbukuan di Indonesia. Berdasarkan fenomena permasalahan tersebut diformulasikan rumusan masalahnya. Bab ini juga menyajikan tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang diperoleh bagi perusahaan penerbitan, almamater, dan peneliti.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab kedua akan diuraikan teori-teori yang diasumsikan bisa menjelaskan permasalahan sebuah penerbit buku sekolah/pelajaran dalam menghadapi lingkungan bisnis perbukuan di Indonesia. Secara konseptual,

teori yang akan diuraikan dan dibahas adalah analisis industri berdasarkan faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi, lima pilar/kekuatan persaingan menurut Porter, segmentasi pasar dan pengembangan produk, dan manajemen strategi khususnya tentang faktor-faktor kunci penentu keberhasilan perusahaan; serta upaya perusahaan melakukan inovasi nilai berdasarkan strategi kanvas untuk mewujudkan samudera biru dalam industri penerbitan buku pelajaran.

### **BAB III : METODOLOGI DAN DATA PENELITIAN**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai metode atau cara melakukan penelitian yang meliputi: jenis penelitian, lingkup penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data dan sumber data yang tersedia. Berdasarkan teori yang dipilih, selanjutnya disusun definisi operasional untuk menjelaskan indikator dan parameter penelitian yang akan digunakan dalam penelitian kualitatif ini. Pada bagian terakhir akan disajikan data hasil pengamatan untuk mendukung analisis dan pembahasan. Pada bab ini juga dideskripsikan kondisi penerbit buku sekolah yang ada di Indonesia, yang dipilih sebagai objek penelitian. Deskripsi ini diawali dengan uraian singkat mengenai profil perusahaan dan dilengkapi dukungan data-data pendukung yang relevan dengan topik penelitian ini.

#### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dipaparkan hasil analisis data dan pengolahannya, dilengkapi dengan pembahasan umum maupun spesifik berdasarkan temuan data primer maupun sekunder di lapangan.

#### **BAB V : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Pada bab ini akan disampaikan kesimpulan penelitian dan rekomendasi serta keterbatasan penelitian yang telah dilakukan peneliti atas aspek teknis dan hambatan lain yang ditemui selama penelitian ini berlangsung.