

BAB V

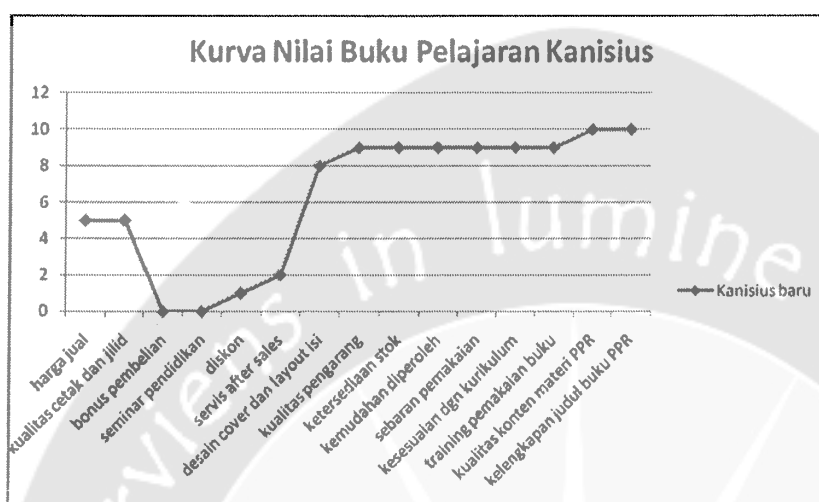
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dalam bab ini diuraikan kesimpulan hasil penelitian dan rekomendasi yang bisa diberikan berdasarkan objektivitas dan validitas dalam penelitian kualitatif. Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, selanjutnya disajikan beberapa rekomendasi strategi bagi Penerbit Kanisius dalam mewujudkan samudra biru dengan melakukan inovasi nilai baru bagi pelanggan yang dilayani.

A. Kesimpulan

1. Penerbit Kanisius sebagai penerbit buku pelajaran yang berskala nasional (dari aspek cakupan distribusi) memiliki banyak kompetitor yang berusaha memenangkan pasar dalam industri buku pelajaran di Indonesia. Kondisi Kanisius ditinjau dari kinerja bisnis melalui data penjualan produk dan analisis rugi laba perusahaan menuntut perubahan strategi signifikan.
2. Berdasarkan analisis persaingan menurut Porter, Kanisius menghadapi persaingan bisnis yang tinggi atau kuat dalam industri penerbitan buku pelajaran. Dari kelima pilar kekuatan persaingan menurut Porter, hanya ada satu pilar yang memberi data rendah, yaitu kekuatan produk substitusi.
3. Faktor kunci keberhasilan Kanisius bertahan dalam industri penerbitan buku pelajaran adalah idealisme perusahaan, fokus kebijakan manajemen terkait diversifikasi lini produk, modal kuat (*brand image*, keunggulan SDM, produk beridealisme tinggi) dan kekuatan jaringan.

4. Berdasarkan penelitian ini diperoleh kurva nilai produk buku pelajaran Kanisius baru untuk mewujudkan samudra biru sebagai berikut.



Gambar 5.1. Kurva nilai buku pelajaran Kanisius baru

Berdasarkan kurva tersebut, Kanisius harus melakukan beberapa kebijakan manajerial untuk mewujudkan strategi samudra biru dalam industri penerbitan buku pelajaran, yang berkaitan dengan aspek penyediaan produk dan distribusinya sesuai rencana strategi yang telah ditetapkan.

B. Rekomendasi

Beberapa catatan rekomendatif bagi Kanisius untuk menciptakan dan mempertahankan samudra biru bisnis buku pelajaran, adalah sebagai berikut.

1. Kanisius harus selalu menjalankan strategi manajemen yang fokus, dalam hal ini menerbitkan buku-buku pelajaran ber-paradigma pedagogi reflektif.

2. Strategi bisnis buku pelajaran Kanisius harus memberikan kualitas layanan terbaik terutama kepada segmen pasar terpilih, yaitu yayasan pendidikan dan sekolah Katolik. Kanisius harus mempromosikan buku pelajaran ber-PPR dengan motto yang menarik termasuk sharing idealisme tentang keunggulan sekolah katolik yang terbangun lewat PPR.
3. Manajemen Kanisius harus menjalankan strategi bisnis yang tersusun secara komprehensif untuk memperbaiki kinerja keuangan dan penjualan produk.



DAFTAR PUSTAKA

Banawiratma, Y.B. SJ, *Iman, Pendidikan, dan Perubahan Sosial*, Kanisius, Yogyakarta, 1991

Gluck Frederick W. , Kaufman Stephen P., and Walleck A. Steven 1982. *Strategic Management for Competitive Advantage*. London: Harvard Business Review.

Guba .E and Lincoln D, 1985, *Research Method in Social Relationship*, New York; Holt, Rinehart and Winston

Hax Arnoldo C. dan Majluf Nicolas S., 1984. *Strategic Management : An Integrative Perspective*, New Jersey : Prentice-Hall.

Hunger David J. and Wheelen Thomas L., 2006, *Manajemen Strategis, Ed. II*, Penerbit Andi, Yogyakarta .

Kim Chan dan Mauborgne Renee, 2005, *Blue Ocean Strategy (Strategi Samudra Biru)*, Jakarta: Serambi.

Kim Chan dan Mauborgne Renee, 2005, *Blue Ocean Strategy*. Boston: HBSP.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) RI, 2008. *Position Paper terhadap Kebijakan Perbukuan Nasional*, Jakarta: KPPU.

Pangestu Mari Elka, 2008, *Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Inonesia 2025*, Jakarta: Departemen Perdagangan RI.

Pearce John. A dan Robinson. R.B., 1988. *Strategic Management*, Illinois: Irwin.

Pearce John. A dan Robinson. R.B., 2000, *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi Dan Pengendalian*, Agus Maulana, Jilid I, Jakarta: Binarupa Aksara.

Porter, Michael E., 1985, *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York: The Free Press

Porter, Michael E., 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.

Rangkuti Freddy, 2001, *Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis; Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Rue Leslie W. dan Holland Phyllis G., 1989. *Strategic Management : Concept and Experience*, New York : Mc. Graw-Hill

Shigang Yan, 2010. *Competitive Strategy and Business Environment: The Case of Small Enterprises in China*, Asian Social Science. Toronto:Nov Vol. 6, Iss. 11, p. 64-71 (8 pp.)

Siagian Sondang P., 2000, *Manajemen Strategik*, Bumi Aksara, Jakarta.

Smith Alan D., 2009, *Internet Retail Banking. A Competitive analysis in an increasingly financial troubled environment.*

Sulistiyorini, 1995, *Analisis Kesenjangan CSP-CAP pada Enam Lini Produk Buku Penerbit Kanisius*. Tesis Pascasarjana MM UAJY, Yogyakarta.

T Drezner, Z Drezner. 2008. *Lost demand in a competitive environment*. The Journal of the Operational Research Society. Oxford:Mar Vol. 59, Iss. 3, p. 362-371 (10 pp.)

Wang Wei and Chang Peter, 2009. *A new model for strategy and Entrepreneurship in China. Alternative five forces*. Journal of Strategic Direction Vol. 25 NO. 6., pp. 19-21, Emerald Group Publishing Limited, ISSN 0258-0543.

Wheelen, Thomas L., and Hunger, J.David, 1995, *Strategic Management and Business Policy*, 5 Ed, NY: Addison – Wesley Publishing Company.

LAMPIRAN

Hasil Wawancara dan Pencarian Dokumen Pendukung

A. Key Informan (Responden): Direktur KANISIUS

1. Mohon dijelaskan Visi dan Misi penerbit KANISIUS?

Visi misi Kanisius yang lama disusun melewati proses panjang dengan pengendalian oleh staf manajemen dalam pendampingan profesional dan pembekalan mental spiritual. Visi misi lama disusun berkaitan dengan HUT Kanisius ke-75. Visi misi Kanisius yang baru disusun melewati proses diskusi dengan profesional bersama manajemen setelah mendapatkan arahan yayasan dan pembekalan khusus bidang gerejawi dan kependidikan. Hasil selengkapnya visi misi dan perbandingannya disajikan sbb.

Visi misi sebelum s.d. 2011	Visi misi untuk 2012-2015
<p style="text-align: center;">Visi</p> <p>Melibatkan diri pada pembangunan bangsa dalam persaudaraan sejati, demi memperjuangkan keutuhan manusia dan ciptaan</p>	<p style="text-align: center;">Visi</p> <p>Menjadi penerbit-percetakan profesional yang berperan aktif dalam panggilan Gereja untuk mewujudkan masyarakat yang lebih beriman dan bermartabat</p>
<p style="text-align: center;">Misi</p> <p>Dengan jiwa kristiani, dalam konteks budaya yang berkambang, menyediakan multimedia demi pemberdayaan masyarakat, dengan mutu kinerja dan hasil terpercaya, mengutamakan relasi dalam hubungan etis dan saling menguntungkan, didukung semangat kerja sama, penghargaan dan pengembangan sumber daya manusia, sarana-prasarana dan keuangan sesuai tuntutan usaha profesional.</p>	<p style="text-align: center;">Misi</p> <ol style="list-style-type: none">1. Menyediakan produk dan jasa yang berkualitas di bidang penerbitan dan percetakan untuk Gereja dan dunia pendidikan.2. Mengembangkan tata kelola perusahaan yang sehat, transparan, dan dinamis.3. Mengembangkan kompetensi karyawan untuk bekerja dalam tim demi kepuasan pelanggan.4. Menyelenggarakan pemasaran yang etis dan efektif.5. Membangun sinergi dengan mitra-mitra strategis secara intensif.6. Mendukung karya pendidikan Yayasan Kanisius.

2. *Bagaimana strategi KANISIUS dalam mengimplementasikan visi dan misi?*

Untuk mengimplementasikan visi misi terbaru akan dikaitkan dengan HUT Kanisius ke-90 yang dijalankan antara lain dengan pembekalan khusus berupa sosialisasi dan internalisasi visi misi dalam kegiatan retreat karyawan. Selanjutnya dari hasil retreat akan diproses secara kontinu dalam kegiatan refleksi karya untuk membangun kesadaran dan kebersamaan tim sesuai prioritas kinerja per lini dan unit kerja. Kegiatan retreat dan refleksi karya akan dibimbing oleh profesional dan pastor SJ.

Dalam ranah bisnis, setiap upaya dan program kerja yang dipikirkan akan selalu dikaitkan dengan visi misi. Prioritas dan eksekusi operasi bisnis di lapangan tidak boleh terpisah dari visi misi yang ditetapkan dan sudah disahkan yayasan.

3. *Faktor-faktor eksternal manakah yang menjadi pertimbangan utama KANISIUS memasuki pasar buku sekolah di Indonesia?*

Kondisi bangsa Indonesia yang semakin terpuruk dalam berbagai persoalan khususnya terkait dengan mental dan budaya (habituas) masyarakat, dengan pola hidup yang semakin tidak mendukung pemberdayaan masyarakat dan *option to the poor*. Oleh karena itu, merujuk situasi bisnis dalam penerbitan buku pelajaran yang diwarnai dengan berbagai desakan regulasi pemerintah, termasuk pembatasan buku di sekolah dan proyek-proyek penilaian buku untuk membuat buku murah bagi masyarakat, maka Kanisius memutuskan untuk tetap bertahan dalam lini pendidikan. Kanisius melihat bahwa buku pelajaran yang tersedia, khususnya yang tersaji sebagai buku BSE masih belum memadai untuk membantu siswa belajar secara holistik.

Paket buku murah yang disiapkan pemerintah belum terwujud bahkan penyelenggaraan penilaian buku oleh BSNP juga terkendala oleh berbagai aspek di lapangan. Keterbatasan anggaran dan pelaksanaan proyek yang kurang relevan dengan kebutuhan hingga mutu buku yang dihasilkan masih menjadi polemik diskusi yang tidak berkesudahan. Kanisius mengambil posisi untuk memberikan yang terbaik bagi dunia pendidikan, khususnya dengan melihat carut marut situasi bangsa Indonesia, maka pilihan yang diambil adalah buku pelajaran yang mendukung pembentukan karakter siswa.

4. *Apa yang menjadi dasar KANISIUS melakukan bisnis penerbitan buku sekolah?*

Arahan yayasan merupakan titik pijak utama dalam menjalankan bisnis penerbitan buku pelajaran Kanisius. Dengan fokus karya pada gereja dan dunia pendidikan yang ditetapkan oleh Yayasan, maka Kanisius menyusun visi misi terbaru sebagai kerangka operasi bisnis dan pembuatan tiap kebijakan korporat bidang gerejawi dan kependidikan.

Selain itu, idealisme awal pendirian Kanisius untuk membangun kualitas bangsa melalui bidang pendidikan adalah daya dukung dan spiritualitas yang tidak pernah ditinggalkan.

5. *Apa yang harus dilakukan KANISIUS dalam menghadapi persaingan bisnis buku pelajaran di Indonesia?*

Kanisius harus menemukan cara utk memenangkan persaingan dalam bisnis buku pelajaran. Dinamika yang bergulir selama ini harus dicermati dan dianalisis untuk menemukan strategi terbaik untuk Kanisius, mungkin aspek produk diperkuat, aspek pasar atau aspek lain yang selama ini kurang diperhatikan secara serius,

6. Bagaimanakah target KANISIUS jangka pendek dan jangka panjang dalam memasuki bisnis buku pelajaran di Indonesia?

Dalam jangka pendek Kanisius eksis mempertahankan bisnis penerbitan buku, khususnya buku pelajaran sebagai salah satu fokus lini terbitan yang digarap dengan serius, Kanisius berharap dengan penggarapan buku pelajaran ini bisa menghasilkan kinerja penjualan yang mendukung bagi kelancaran operasi bisnis yang menguntungkan.

Dalam jangka panjang Kanisius eksis sebagai mitra sekolah khususnya sekolah Katolik untuk mempertahankan idealisme sebagai lembaga yang memperjuangkan kualitas pendidikan khususnya melalui penyediaan buku-buku bermutu yang mengedepankan pembentukan karakter anak serta penanaman mental dan budaya kristiani.

B. Key Informan (Responden): Bagian Pemasaran KANISIUS

1. Apa yang dilakukan KANISIUS dalam mengejar target penjualan?

Melakukan kerja sama dengan yayasan pendidikan yang mengelola sekolah dan lembaga pendidikan Katolik dengan mempresentasikan dan mengedepankan kemitraan dalam menjadikan sekolah katolik lembaga pendidikan yang unggul.

Kanisius memposisikan diri sebagai lembaga pendukung kerasulan media dan pendidikan melalui penyediaan buku berkualitas, antara lain yang memuat konten dan nilai-nilai pendidikan kristiani secara menyeluruh dalam kajian materi dan proses pembelajaran yang dijalankan.

Kanisius menyiapkan sistem salesmanship dan program promosi terkait dengan kebutuhan sekolah yang mendukung pemberdayaan para guru dan pengelola sekolah melalui kegiatan pelatihan dan penyegaran.

2. Apa keunggulan produk KANISIUS dibandingkan dengan produk lainnya?

Kanisius membawa isu pentingnya pembangunan karakter anak sebagai upaya turut memperbaiki kondisi bangsa Indonesia yang carut marut di segala aspek kehidupannya. Kanisius percaya bahwa kondisi bangsa hanya akan teratasi kalau setiap orang yang berada dalam lembaga penentu kebijakan mempunyai karakter pribadi yang baik dan tidak mengejar kepentingan pribadi melainkan hidup dengan seharusnya seorang pemimpin yang mengabdikan kepada kepentingan rakyat.

Dalam kepedulian membangun karakter itu, Kanisius mengemas produknya sarat dengan nilai-nilai kemanusiaan yang mendukung terciptanya karakter unggul dalam diri anak yang sekaligus menjadi dasar proses pembelajarannya. Kanisius mengutamakan proses refleksi sebagai keunggulan pengendalian diri untuk menjadi pribadi yang utuh dan siap bergabung dalam hidup bermasyarakat.

3. Bagaimana situasi yang dihadapi KANISIUS dalam persaingan bisnis buku pelajaran di Indonesia?

Kanisius berhadapan dengan para kompetitor yang menghasilkan buku pelajaran dengan besar-besaran untuk mengejar proyek-proyek pengadaan buku oleh pemerintah. Selain itu, pemerintah hendak mewujudkan pendidikan murah yang ditempuh dengan pengadaan buku paket murah, dalam bentuk BSE (buku Sekolah elektronik). Kompetitor berlomba untuk menilaikan produk terbitannya agar lulus penilaian dan mendapat pengesahan sebagai buku paket oleh BSNP dan dibeli hak ciptanya oleh pemerintah. Dengan model ini Kanisius bersaing dengan penerbit yang hanya mengejar penjualan hal cipta.

Kanisius juga berhadapan dengan para penerbit baru yang mengejar proyek penilaian BSNP sebagai peluang untuk mendapatkan uang tanpa mengupayakan bisnis secara penuh. Pendetang baru ini dalam berbagai karakternya memasuki bisnis penerbitan buku dengan banyak model dan skala operasi, mulai dari penerbit kecil yang lincah dan cepat hingga penerbit yang cukup kuat dalam permodalan atau jaringan.

Pemerintah dalam ketentuan yang dikeluarkan melarang penjualan buku di sekolah. Hal ini mengakibatkan Kanisius tidak berhadapan langsung dengan pembeli. Karena itu, model alternatif disusun untuk bertemu dengan pembeli melalui kemitraan dan sharing ide dan visi ke depan dengan para pengguna.

Dalam kepentingan bisnis operasional, Kanisius berhadapan dengan kondisi pasar yang mulai dipenuhi oleh BSE. Pemerintah menetapkan BSE sebagai buku rekomended tetapi masyarakat di Indonesia belum semuanya mampu menyediakan sarana pendukung untuk bisa mengakses dengan mudan dan murah, serta merata. Hal ini membuka peluang baru sekaligus menjadi catatan ke depan bahwa tren buku digital akan segera menguasai bisnis penerbitan buku.

4. *Apa ancaman yang dihadapi oleh KANISIUS dalam menghadapi kondisi bisnis buku pelajaran di Indonesia?*

Ancaman terbesar adalah program paket buku murah yang tidak bisa dihindarkan dan dampak pemakaiannya dalam pembelajaran di sekolah. Tidak semua BSE bermutu baik. Sedangkan tren pemakaian buku digital melalui BSE baru bisa diakses oleh sekolah di kota besar. Kanisius harus bisa mengemas pula buku digital sendiri yang mempunyai mutu lebih baik daripada buku BSE yang ada.

C. Key Informan (Responden) : Pengurus IKAPI

1. *Apakah masalah umum perbukuan di Indonesia?*

Buku-buku sekolah di Indonesia yang meliputi buku pelajaran, buku bacaan, dan buku sumber menguasai sekitar 65 % pangsa pasar buku di Indonesia. Populasi yang dilayaninya mencapai lebih dari 44,8 juta siswa dan lebih dari 2,6 guru seluruh jenjang Negeri dan Swasta (Data Depdiknas, 2004). Setiap tahunnya ratusan milyar rupiah dana dialokasikan oleh pemerintah untuk pengadaan buku. Tentunya, dana yang dibelanjakan oleh orang tua siswa untuk membeli buku-buku pelajaran tidak kalah besarnya dengan anggaran pemerintah. Dengan potensi pasar perbukuan yang sedemikian besar secara keseluruhan tentunya juga menyimpan potensi permasalahan yang tidak sederhana.

Secara keseluruhan permasalahan perbukuan di Indonesia tergolong sangat kompleks, kompleks karena melibatkan berbagai komponen dalam masyarakat, mulai dari kalangan penerbit, penulis buku, distributor buku, guru dan birokrasi sekolah, pemerintah daerah dan pusat, serta kalangan lain yang terkait langsung ataupun tidak langsung dengan masalah perbukuan di Indonesia.

Peluncuran buku sekolah elektronik menambah stakeholder baru dalam perbukuan, yaitu bisnis informatika. Cakupan permasalahannya pun menjadi tidak sesederhana yang dibayangkan, karena meliputi aspek produksi, kualitas isi, sistem pengadaan dan distribusi, sistem penilaian buku, tingkat perekonomian masyarakat, daya beli buku, eksistensi penulis buku, regulasi pemerintah berkaitan dengan bahan baku kertas, dan lain sebagainya.

Kompleksitas permasalahan perbukuan tersebut diperparah lagi oleh banyaknya benturan kepentingan antara berbagai stakeholders perbukuan. Setidaknya, permasalahan tersebut dapat dikategorikan pada beberapa permasalahan berikut: kualitas buku pelajaran, distribusi buku, daya beli masyarakat terhadap buku sekolah, dan masa pemakaian buku sekolah.

2. *Bagaimana kebijakan pemerintah mempengaruhi industri penerbitan buku pelajaran di Indonesia?*

Penuntasan wajib belajar mutlak membutuhkan ketersediaan buku pelajaran yang berkualitas. Pemerintah tak mampu melaksanakan tanggung jawabnya. Setidaknya hal tersebut bisa terlihat dari kebijakan perbukuan termasuk dukungan pembiayaannya. Selama ini kebijakan buku pelajaran sangat dipengaruhi oleh dimensi politik dan ekonomi. Pada era orde baru, pemenuhan buku pelajaran ditanggung pemerintah dan berlaku turun temurun, namun hal itu dilakukan karena adanya kepentingan hegemoni dan indoktrinasi pemerintah terhadap masyarakat. Pengadaan buku pelajaran menjadi hak monopoli pemerintah bekerjasama dengan Balai Pustaka.

Pola pengelolaan buku berganti memasuki tahun 90-an, monopoli Balai Pustaka dihapus dan tata niaga buku diserahkan kepada mekanisme pasar untuk mendorong adanya kompetisi yang adil bagi para penerbit melalui tender. Sumber pendanaan dilakukan pemerintah melalui utang kepada Bank Dunia. Model kebijakan yang berjalan hingga awal otonomi daerah terjadi di Indonesia sangat berdampak pada beban biaya yang ditanggung orang tua siswa, karena buku pelajaran sering berganti dan tidak bisa digunakan secara turun temurun.

Pada era ini berbagai masalah penyimpangan mulai banyak terjadi, mulai dari praktek penyuaian penerbit kepada pemerintah, pembelian kertas yang diarahkan kepada perusahaan tertentu hingga maraknya jual beli buku di sekolah. Belakangan ketika informasi tentang berbagai penyimpangan semakin menjadi konsumsi publik, pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri No 11 Tahun 2005 tentang larangan praktek jual beli buku di sekolah sekaligus menetapkan buku berstandarisasi nasional yang dapat berlaku selama lima tahun. Untuk mendukung regulasi tersebut, pemerintah mengeluarkan kebijakan BOS khusus buku dengan pendanaan sebesar 900 miliar. Dana ini akan digunakan untuk pembelian buku yang dibagikan secara gratis kepada sekitar 40 juta siswa dengan asumsi nilai buku sebesar Rp. 22.000,00/ siswa. Sayangnya, ketika kebijakan ini belum maksimal dilaksanakan, terjadi krisis minyak yang menyebabkan harga minyak dunia melambung tinggi. Pemerintah yang panik akibat terkena dampak krisis kemudian melakukan pengetatan APBN, semua anggaran departemen termasuk Depdiknas dikurangi.

Kondisi inilah yang diperkirakan menjadi asal muasal lahirnya kebijakan buku elektronik, indikasinya jelas subsidi BOS buku berkurang dari Rp. 22.000,-/siswa menjadi Rp. 11.000,-/ siswa. Seperti diketahui, Pemerintah baru saja mengeluarkan Permendiknas No.2 Tahun 2008 tentang buku. Melalui permendiknas ini, Depdiknas akan membeli hak cipta dari penulis dan distribusinya berdasarkan ketentuan yang ditetapkan oleh Depdiknas. Setidaknya Depdiknas mengalokasikan dana sebesar 20 miliar untuk pembelian hak cipta sebanyak 295 jilid buku.

3. Bagaimana tanggapan IKAPI, atau masyarakat dan elemen pendidikan atau praktisi lain terhadap BSE?

"Program BSE (buku sekolah elektronik) itu tidak ada. Itu hanya nama website Depdiknas yang isinya buku-buku pelajaran yang hak ciptanya sudah dibeli pemerintah. Namun yang terjadi, pemerintah dikonyol-konyolkan karena banyak sekolah yang belum punya listrik tapi pemerintah sudah buat program BSE. Sekali lagi saya tegaskan, BSE itu program buku murah. Maksud utama pembuatan website itu bukan untuk murid, tapi perusahaan agar mencetak dan menjual buku dengan harga sepertiga dari harga buku teks di pasaran," katanya. Menurut dia, saat ini sudah ada perusahaan yang hendak mencetak BSE dengan harga jual seperti ditetapkan pemerintah. Harga yang ditetapkan pemerintah diperhitungkan tetap mampu memberi keuntungan bagi perusahaan yang bersedia mencetaknya. Harga itu mencakup biaya produksi, biaya distribusi, dan margin keuntungan 15 persen. "Harga jualnya sekitar sepertiga dari harga buku teks di pasaran. Harga buku ini diharapkan tidak lagi membebani masyarakat. Buku itu bisa didapat di toko-toko buku, bukan dibeli di guru atau sekolah," kata Mendiknas Bambang Sudibyo (Bambang Sudibyo dalam Suara Karya, 29/8/2008).

Lebih baik tidak bereaksi menolak, namun lebih antisipatif. Permendiknas 2/2008 tentang BSE memang baik bagi sebagian orang. Tapi, belum untuk seluruh rakyat Indonesia. BSE perlu waktu download dan tepat untuk daerah yang sudah disaluri listrik dan dilengkapi teknologi informasi dan komunikasi. Baru kemudian daerah-daerah minim mengikutinya. Sebelum itu terwujud, pelaksana pendidikan di daerah minim itu harus berkreasi dalam PBM. -Arief Rahman, 21/8/2008 (<http://www.surya.co.id/web/Pendidikan/Polemik-Seputar-Buku-Sekolah-Elektronik-Ketar-Ketir-Jelang-UTS.html>).

Kebijakan Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas), yang membeli hak cipta buku pelajaran dan melarang penjualan langsung buku pelajaran oleh penerbit ke sekolah serta meminta masyarakat atau pihak sekolah mengunduh buku elektronik yang telah dibeli hak ciptanya dari internet, sangat bersifat bias kota. Artinya, kebijakan ini cenderung hanya realistik bagi masyarakat kota. "Itupun kelas menengah ke atas, yang sudah terbiasa mengakses dunia maya. Sedangkan bagi siswa, sekolah, atau guru miskin di pedesaan atau kota-kota kecil, kebijakan tersebut sangat menyulitkan, lantaran peranti komputer atau internet belum dapat mereka akses". Aria Bima, Anggota DPR (18/8/2008)

Pelaksanaan program e-book atau buku sekolah elektronik (BSE) harus ditunda dan tidak bisa dipaksakan. Karena, secara teknis, program ini belum siap dilaksanakan dan kebijakan ini membuat kepala sekolah pada posisi dilematis. Jika program ini terus dipaksakan untuk dilaksanakan, yang menjadi korban nantinya adalah orangtua murid, siswa, dan juga sekolah. Program BSE yang awalnya untuk menciptakan buku sekolah yang murah dan memiliki umur pakai hingga lima tahun itu pada kenyataannya justru buku itu menjadi lebih mahal karena belum tersedia secara luas dan umur pakainya juga lebih pendek, hanya berkisar dua tahun. Untuk men-download (mengunduh) buku, diperlukan perangkat komputer dan internet. Kondisi ini belum termasuk mencetak atau menge-print buku yang akan diunduh, selanjutnya hasil printing tadi diperbanyak untuk siswa. Pada akhirnya, nilai ekonomis BSE itu justru lebih mahal dibandingkan dengan harga buku sebelumnya. Menurut Iskandar Agung dari Pusat Penelitian Kebijakan dan Inovasi Pendidikan (Puslitjaknov) Depdiknas, yang menjadi salah satu pembicara dengan topik upaya pendistribusian buku murah, kenyataan itu tidak terbantahkan. -Iskandar Agung Puslitjaknov Depdiknas:(Suara Karya, 10/9/2008)

Kebijakan buku sekolah elektronik (BSE) ini bisa dikatakan sebagai langkah mundur karena mengarah pada privatisasi pendidikan. Satu sisi, Penggunaan jaringan internet

agar masyarakat dapat mengunduh secara gratis merupakan langkah maju. Tetapi disini lain pemerintah tidak menyiapkan kapasitas sumber daya manusia maupun infrastruktur jaringan internet diseluruh Indonesia. Berdasarkan hasil investigasi Kelompok Independen Untuk Advokasi Buku (Kitab) di beberapa wilayah seperti Jakarta, Bekasi dan Depok menemukan jika banyak kepala sekolah yang belum paham tentang buku elektronik. Bahkan Fitri Sunarto berani menjamin kalau sampai saat ini belum ada satu pun sekolah dasar yang menggunakan buku sekolah elektronik. Artinya BSE sepertinya hanya merupakan pensiasatan pemerintah untuk melepaskan tanggungjawab pendanaan disektor perbukuan. Kondisi ini tentu sangat mengkhawatirkan karena pendidikan akan semakin sulit dijangkau oleh semua lapisan masyarakat dan tentunya kontraproduktif dengan kebijakan penuntasan wajib belajar tahun 2009. – Indonesian Corruption Watch.

Harga kertas dan pajak masih menjadi alasan penerbit terkait sulitnya menekan harga buku, terutama buku pelajaran sekolah. Penerbit berharap, pemerintah mensubsidi harga buku guna memperluas akses terhadap buku pelajaran, selain membuat buku digital. Seperti diberitakan sebelumnya, orangtua kembali dibebani biaya buku pelajaran begitu memasuki tahun ajaran baru. Sebagai gambaran, di Jakarta, orangtua mengeluarkan dana sekitar Rp 200.000 hingga Rp 1.000.000 untuk buku pelajaran satu semester. Buku digital program Departemen Pendidikan Nasional belum disosialisasikan, apalagi dimanfaatkan oleh masyarakat.- Setia Dharma, Ketua Umum IKAPI. (15/7/2009).

Anggota Komisi X Dewan Perwakilan Rakyat dari Fraksi PDI-P, Cyprianus Aoer, mengatakan, kebijakan buku sekolah elektronik mencerminkan ketidakadilan. "Seolah-olah semua pendidikan seperti di Jakarta. Itu mengabaikan apa yang disebut pemerataan dan keadilan. Warga di daerah pedalaman tidak bisa mengakses internet," ujar Cyprianus. Pengguna internet di Indonesia saat baru sekitar 18 juta orang atau sekitar 5 persen dari jumlah penduduk. Adapun dari 72.000 desa di Indonesia, masih terdapat 38.000 desa yang belum tersambung dengan perangkat komunikasi dan informasi.

"Penjualan Buku murah ke daerah masih terkendala distribusi. Biaya distribusi untuk daerah di luar Pulau Jawa sangat tinggi, sehingga HET yang ditetapkan Depdiknas sulit dipenuhi. -Firdaus Oemar, Ketua Pusat Buku Indonesia (Kompas, 12/11/2008).

Untuk menekan biaya distribusi, tidak selayaknya buku dicetak seluruhnya di pulau Jawa. Mestinya buku tersebut dicetak di luar pulau Jawa dengan dukungan pemerintah kabupaten/kota. - M. Muhadjir, Pelaksana Kepala Pusbuk (Kompas, 12/11/2008).

Regulasi Menteri Pendidikan Nasional tentang buku elektronik yang dapat diakses melalui internet akan mengancam kelangsungan penerbit dan pada gilirannya juga akan mengancam ribuan buruh di sektor ini. Sekitar 70 perusahaan penerbit yang ada di wilayah kerja Ikatan Penerbit IKAPI Jawa Tengah telah beberapa bulan terakhir menghentikan produksi buku pelajaran sekolah, kata Gatot Wahyudi, Ketua Kompartemen Buku Pelajaran dan Umum IKAPI Jawa Tengah. (Sinar Harapan, 16/11/7/2008; <http://www.sinarharapan.co.id/berita/0807/15/sh08.html>).

"..Pemerintah perlu menerapkan regulasi soal pencetakan dan penggandaan BSE untuk menghindari terjadinya monopoli perusahaan penerbit dari percetakan dari Pulau Jawa. - Doni Irfan, Wakil Ketua IKAPI Sumut (Waspada Online, 7/8/2008).

"..buku sekolah elektronik (BSE) akan lebih murah harganya kalau dicetak secara massal. Karena itu dia menganjurkan agar proses pencetakan BSE dapat mengikutsertakan penerbit lokal. BSE memang bisa di-download oleh siapa saja tanpa perlu meminta izin. Namun harganya akan lebih murah kalau dapat dicetak sekaligus karena biaya produksinya lebih murah, katanya dalam Rapat Koordinasi Peningkatan Pemanfaatan

Buku Pendidikan Dalam Rangka Sosialisasi BSE di Medan, Selasa (5/8) Kadarisman, SE, M.Pd, Ka SubBid Data Perbukuan Pusbuk Depdiknas : (Waspada Online, 7/8/2008).

"...Karena banyaknya minat yang mengakses sehingga terkadang ditemui kendala, ujanya. Menurut dia, mengingat tingginya minat masyarakat dalam mengakses website tersebut sehingga mengalami hambatan. Dalam upaya memberikan pelayanan kepada masyarakat yang cepat dan tepat serta baru dibidang pendidikan, Dinas Dikdas telah melakukan upload buku elektronik tersebut dan dapat dilihat pada website Dinas Pendidikan. - Saefullah, Waka Dinas Dikdas Prov DKI Jakarta (<http://www.hupelita.com/baca.php?id=53669>)

Penyediaan buku elektronik yang disiapkan Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas) untuk siswa SD/SMP, SMA dan SMK belum bisa diakses secara maksimal. Belum bisa, terkadang sulit, ujar Wildan, siswa SMP Negeri di Jakarta, kemarin. Ia mengaku gembira dengan menyediakan buku pelajaran yang bisa diakses melalui internet atau istilahnya buku elektronik, namun faktanya justru masih sulit diakses siswa. Karena itu, saya berharap agar Depdiknas memberikan jalan keluar terhadap persoalan ini, ujanya. - Wildan, Siswa SMP Negeri di Jakarta (<http://www.hupelita.com/baca.php?id=53669>)

D. Key Informan (Responden): Kepala Toko Buku

1. Mengapa perusahaan anda bersedia menjadi distributor KANISIUS?

Kanisius mempunyai produk-produk unggulan yang tidak dihasilkan oleh penerbit lain bahkan monopolis, karena itu kami menjadi rekan bisnis untuk mendistribusikan. Dalam upaya melengkapi stok buku pelajaran di toko, maka terbitan Kanisius juga kami gunakan dan selalu punya pasar tersendiri.

2. Bagaimanakah potensi produk KANISIUS dalam menghadapi persaingan bisnis buku pelajaran?

Kanisius kurang lincah dalam berbisnis buku pelajaran karena jumlah judul yang diterbitkan kebanyakan masih di jenjang SD. Dibandingkan dengan penerbit lain, Kanisius masih tertinggal dan perlu mengejar dalam jumlah judul per jenjang maupun per lini produk terbitan. Dengan keragaman judul, Kanisius punya kekuatan lebih baik.

3. Kendala apakah yang dihadapi dalam mendistribusikan produk KANISIUS?

Kanisius kurang antisipatif dalam soal stok dan kecepatan layanan terhadap permintaan pasar. Pada tahun ajaran baru, Kanisius lebih suka menjual sendiri dan kurang memberi porsi terhadap toko, sehingga kali sering mengalami lost stok.

E. Key Informan (Responden): Direktur/Kepala Sekolah

1. Sejak kapan sekolah menggunakan buku dari penerbit KANISIUS? Untuk mata pelajaran apa saja?

Belum lama, masih belajar dari pengalaman selama ini, kami menggunakan buku terbitan Kanisius tetapi masih kami kaji pengembangannya untuk produk lain yang masih harus dibuat dalam kerja sama jangka panjang. Buku yang digunakan merupakan hasil kerja sama dan sangat memuaskan dalam pengembangan model pembelajaran di sekolah.

Daftar judul sebagai berikut:

Kemarsudirinian Kelompok Bermain (Tim Penulis Marsudirini)
Kemarsudirinian TK A (Tim Penulis Marsudirini)
Kemarsudirinian TK B (Tim Penulis Marsudirini)

Kemarsudirinian Buku Siswa SD Kelas 1 (Tim Penulis Marsudirini)
Kemarsudirinian Buku Siswa SD Kelas 2 (Tim Penulis Marsudirini)
Kemarsudirinian Buku Siswa SD Kelas 3 (Tim Penulis Marsudirini)
Kemarsudirinian Buku Siswa SD Kelas 4 (Tim Penulis Marsudirini)
Kemarsudirinian Buku Siswa SD Kelas 5 (Tim Penulis Marsudirini)
Kemarsudirinian Buku Siswa SD Kelas 6 (Tim Penulis Marsudirini)

Kemarsudirinian Buku Siswa SMP Kelas VII (Tim Penulis Marsudirini)
Kemarsudirinian Buku Siswa SMP Kelas VIII (Tim Penulis Marsudirini)
Kemarsudirinian Buku Siswa SMP Kelas IX (Tim Penulis Marsudirini)

Kemarsudirinian Buku Siswa SMA/K Kelas X (Tim Penulis Marsudirini)
Kemarsudirinian Buku Siswa SMA/K Kelas XI (Tim Penulis Marsudirini)
Kemarsudirinian Buku Siswa SMA/K Kelas XII (Tim Penulis Marsudirini)

Sebagai bentuk sinergi dengan yayasan yang bernaung di bawah SJ, diterbitkan buku-buku kerja sama yang sangat berguna untuk pengembangan karakter. Kami memakai buku ini sejak tahun 2010.

MOTI 01: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK A Semester I (Tim Kanisius)
MOTI 02: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK A Semester I (Tim Kanisius)
MOTI 03: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK A Semester I (Tim Kanisius)
MOTI 04: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK A Semester I (Tim Kanisius)
MOTI 05: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK A Semester I (Tim Kanisius)
MOTI 06: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK A Semester II (Tim Kanisius)
MOTI 07: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK A Semester II (Tim Kanisius)
MOTI 08: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK A Semester II (Tim Kanisius)
MOTI 09: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK A Semester II (Tim Kanisius)
MOTI 10: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK A Semester II (Tim Kanisius)
MOTI 11: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK A Semester II (Tim Kanisius)

MOTI 01: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK B Semester I (Tim Kanisius)
MOTI 02: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK B Semester I (Tim Kanisius)
MOTI 03: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK B Semester I (Tim Kanisius)
MOTI 04: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK B Semester I (Tim Kanisius)
MOTI 05: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK B Semester I (Tim Kanisius)
MOTI 06: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK B Semester II (Tim Kanisius)
MOTI 07: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK B Semester II (Tim Kanisius)
MOTI 08: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK B Semester II (Tim Kanisius)
MOTI 09: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK B Semester II (Tim Kanisius)
MOTI 10: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK B Semester II (Tim Kanisius)
MOTI 11: Lembar Bermain Anak untuk Pembentukan Karakter – TK B Semester II (Tim Kanisius)

Kami menggunakan buku Kanisius untuk kepentingan internal yang disusun berkaitan dengan visi misi yayasan dan lembaga pendidikan yang kami kelola. Secara khusus dicetak dan digunakan internal tetapi kami juga menggunakan buku Kanisius yang lain.

Pembiasaan Vincentian Kelas 1 SD (Tim Vincentian Yayasan Santa Luisa)
Pembiasaan Vincentian Kelas 2 SD (Tim Vincentian Yayasan Santa Luisa)
Pembiasaan Vincentian Kelas 3 SD (Tim Vincentian Yayasan Santa Luisa)
Pembiasaan Vincentian Kelas 4 SD (Tim Vincentian Yayasan Santa Luisa)
Pembiasaan Vincentian Kelas 5 SD (Tim Vincentian Yayasan Santa Luisa)
Pembiasaan Vincentian Kelas 6 SD (Tim Vincentian Yayasan Santa Luisa)

2. Mengapa sekolah Anda memilih dan bersedia menggunakan produk buku pelajaran dari KANISIUS?

Karena hanya Kanisius yang menyediakan buku ini, tidak ada penerbit lain yang menerbitkan maka kami menggunakannya secara penuh.

Pendidikan Agama Katolik – Menjadi Sahabat Yesus – Untuk SD Kelas 1 (FX. Dapianta, dkk.)
Pendidikan Agama Katolik – Menjadi Sahabat Yesus – Untuk SD Kelas 2 (FX. Dapianta, dkk.)
Pendidikan Agama Katolik – Menjadi Sahabat Yesus – Untuk SD Kelas 3 (FX. Dapianta, dkk.)
Pendidikan Agama Katolik – Menjadi Sahabat Yesus – Untuk SD Kelas 4 (FX. Dapianta, dkk.)
Pendidikan Agama Katolik – Menjadi Sahabat Yesus – Untuk SD Kelas 5 (FX. Dapianta, dkk.)
Pendidikan Agama Katolik – Menjadi Sahabat Yesus – Untuk SD Kelas 6 (FX. Dapianta, dkk.)

Pendidikan Agama Katolik – Membangun Komunitas Murid Yesus –

- Untuk SMP Kelas VII (Bintang Nusantara, dkk.)
- Untuk SMP Kelas VIII (Bintang Nusantara, dkk.)
- Untuk SMP Kelas IX (Bintang Nusantara, dkk.)

Pendidikan Agama Katolik – Menjadi Murid Yesus –

- Untuk SMA/K Kelas X (Yoseph Kristianto, dkk.)
- Untuk SMA/K Kelas XI (Yoseph Kristianto, dkk.)
- Untuk SMA/K Kelas XII (Yoseph Kristianto, dkk.)

Rangkuman & Pengayaan Pendidikan Agama Katolik

- Untuk SD Kelas 1 Semester I (M. Purwatma, dkk)
- Untuk SD Kelas 1 Semester II (M. Purwatma, dkk)
- Untuk SD Kelas 2 Semester I (M. Purwatma, dkk)
- Untuk SD Kelas 2 Semester II (M. Purwatma, dkk)
- Untuk SD Kelas 3 Semester I (M. Purwatma, dkk)
- Untuk SD Kelas 3 Semester II (M. Purwatma, dkk)
- Untuk SD Kelas 4 Semester I (M. Purwatma, dkk)
- Untuk SD Kelas 4 Semester II (M. Purwatma, dkk)
- Untuk SD Kelas 5 Semester I (M. Purwatma, dkk)
- Untuk SD Kelas 5 Semester II (M. Purwatma, dkk)
- Untuk SD Kelas 6 Semester I (M. Purwatma, dkk)
- Untuk SD Kelas 6 Semester II (M. Purwatma, dkk)

3. Apakah benefit yang diperoleh sekolah/siswa/guru Anda dalam menggunakan produk buku pelajaran terbitan KANISIUS?

Buku terbitan Kanisius diwamai dengan refleksi yang baik untuk membantu anak dalam pembentukan karakter. Sekolah ikut terlibat secara konkret dalam upaya membangun bangsa Indonesia dari pembentukan karakter anak, karena itu dipilih buku yang mendukung bagi terciptanya keunggulan pribadi. Meskipun hasilnya tidak langsung terlihat tetapi dengan pembiasaan dan pengendalian terus-menerus pasti baik hasilnya.

Buku yang digunakan juga merupakan kerja sama sibergris untuk mengembangkan para guru agar semakin profesional. Buku yang digunakan sebagai berikut.

Pendidikan Karakter –

- **Aku Dicintai – Untuk Siswa SD Kelas 1 (Edu, dkk – Dinamika Edukasi Inovasi)**
- **Aku Mencintai – Untuk Siswa SD Kelas 2 (Edu, dkk – Dinamika Edukasi Inovasi)**
- **Aku Dipahami – Untuk Siswa SD Kelas 3 (Edu, dkk – Dinamika Edukasi Inovasi)**
- **Aku Suka Bertanya – Untuk Siswa SD Kelas 4 (Edu, dkk – Dinamika Edukasi Inovasi)**
- **Aku Bercita-cita – Untuk Siswa SD Kelas 5 (Edu, dkk – Dinamika Edukasi Inovasi)**
- **Aku Berhasil – Untuk Siswa SD Kelas 6 (Edu, dkk – Dinamika Edukasi Inovasi)**

Tim Pengarang: Murtini, Suwanto, Sunardi

- **Ayo Melakukan Pembelajaran Tematik IA - Untuk SD Kelas 1 Semester 1 Awal**
- **Ayo Melakukan Pembelajaran Tematik IB - Untuk SD Kelas 1 Semester 1 Akhir**
- **Ayo Melakukan Pembelajaran Tematik IC - Untuk SD Kelas 1 Semester 2 Awal**
- **Ayo Melakukan Pembelajaran Tematik ID - Untuk SD Kelas 1 Semester 2 Akhir**
- **Ayo Melakukan Pembelajaran Tematik IIA - Untuk SD Kelas 2 Semester 1 Awal**
- **Ayo Melakukan Pembelajaran Tematik IIB - Untuk SD Kelas 2 Semester 1 Akhir**
- **Ayo Melakukan Pembelajaran Tematik IIC - Untuk SD Kelas 2 Semester 2 Awal**
- **Ayo Melakukan Pembelajaran Tematik IID - Untuk SD Kelas 2 Semester 2 Akhir**
- **Ayo Melakukan Pembelajaran Tematik IIIA - Untuk SD Kelas 3 Semester 1 Awal**
- **Ayo Melakukan Pembelajaran Tematik IIIB - Untuk SD Kelas 3 Semester 1 Akhir**
- **Ayo Melakukan Pembelajaran Tematik IIIC - Untuk SD Kelas 3 Semester 2 Awal**
- **Ayo Melakukan Pembelajaran Tematik IIID - Untuk SD Kelas 3 Semester 2 Akhir**

Ayo Belajar Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) –

- **Kelas IV SD (Sumantoro, Dodo Hermana)**
- **Kelas V SD (Lela Fonny Sulistyowati, Dodo Hermana)**
- **Kelas VI SD (Lela Fonny Sulistyowati, Dodo Hermana)**

Ayo Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) –

- **Kelas IV SD (Sarwiyanta, Widyaningtyas, Didang Setiawan)**
- **Kelas V SD (Widyaningtyas, Purwanto, Didang Setiawan)**
- **Kelas VI SD (Catur Rismiati, Didang Setiawan)**

Ayo Belajar Pendidikan Kewarganegaraan (PKn)

- **Kelas IV SD (Suwanto, Ferry T. Indratno)**
- **Kelas V SD (Suwanto, Ferry T. Indratno)**
- **Kelas VI SD (Suwanto, Ferry T. Indratno)**

Ayo Belajar Matematika –

- **Kelas IV SD (Sunardi, Penta Hapsari, A. Sardjana)**
- **Kelas V SD (Agus Sutopo, Penta Hapsari, A. Sardjana)**
- **Kelas VI SD (Agus Sutopo, Penta Hapsari, A. Sardjana)**

Ayo Belajar Bahasa Indonesia –

- **Kelas IV SD (Praptanti, Praptomo Baryadi)**
- **Kelas V SD (Suwanto, Praptomo Baryadi)**
- **Kelas VI SD (Praptanti, Praptomo Baryadi)**

4. Apakah hambatan/kendala Anda dalam menggunakan produk buku pelajaran terbitan KANISIUS?

Ketersediaan buku yang dipesan karena layanan pengiriman terlambat. Dalam proses pemesanan di Tahun Ajaran Baru (TAB) Kanisius melayani banyak order dari banyak sekolah. Biasanya sekolah mendistribusikan buku pelajaran kepada siswa sebelum liburan akhir tahun pelajaran agar anak sudah siap saat masuk TAB. Dari pengalaman selama ini, beberapa kali sekolah terhambat karena order sudah dilakukan dan Kanisius lambat mengirimkan atau kalau terkirim jumlahnya kurang sesuai dengan pesanan. Situasi ini kurang menguntungkan bagi pihak sekolah dalam berhadapan dengan orang tua murid dan image Kanisius pasti juga kurang baik nantinya.

Sebagai buku pelajaran yang menggunakan metode PPR, guru dan sekolah senang akan keunggulannya untuk membantu membangun kepribadian anak. Namun, sekolah tidak bisa serta merta mewujudkan idealisme itu. Kanisius harus memberikan pendampingan untuk mengajari guru-guru kami dalam membuat RPP dan menginternalisasikan PPR itu sebagai metode terbaik saat ini untuk secara sistemik membangun kualitas bangsa lewat pendidikan anak di sekolah kami.



PROFIL PENERBIT BUKU PELAJARAN

PENERBIT ERLANGGA

Penerbit Erlangga berdiri pada tahun 1952 ketika banyak siswa Indonesia menemui kesulitan memperoleh buku-buku pelajaran. Tujuan pendirian Penerbit Erlangga adalah ikut berpartisipasi dalam peningkatan kualitas pendidikan dengan menerbitkan buku-buku bermutu, mulai dari tingkat prasekolah, TK, sekolah dasar, sekolah menengah, perguruan tinggi, dan kalangan profesional. Komitmen Penerbit Erlangga tampak dari misinya: melayani ilmu pengetahuan. Sebagai "pelayan" Penerbit Erlangga berupaya tetap tanggap terhadap arus reformasi pendidikan. Untuk itulah, revisi, pembaruan, dan pengelahiran buku-buku baru terus dilakukan

Visi dan Misi Erlangga

Visi : menjadi mitra utama bagi semua pihak yang berkepentingan dalam memajukan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia, agar mampu bersaing dengan bangsa-bangsa maju di dunia, khususnya di dalam penguasaan ilmu pengetahuan, yang akan kami capai melalui kepemimpinan kami di setiap segmen pasar di mana kami bersaing.

Misi

1. Misi kami adalah memberi solusi kepada setiap orang yang menghadapi masalah dalam mencari dan mengejar ilmu pengetahuan.
2. Kami akan menyediakan produk dan layanan yang memenuhi standar tertinggi yang mampu kami capai, jauh di atas para pesaing yang ada dalam industri di mana kami bersaing.
3. Kami ingin memastikan bahwa semua pihak yang berhubungan dengan kami dapat merasakan dan menerima manfaat positif dari kehadiran kami dalam bisnis ini.
4. Misi kami adalah menghasilkan tingkat pengembalian yang wajar atas risiko modal dan investasi yang dihadapi oleh para pemegang saham, meningkatkan kekayaan perusahaan, dan menjadi sumber kemakmuran bagi orang-orang yang bekerja pada kami.
5. Sumber daya manusia merupakan unsur strategis yang sangat menentukan arah dan masa depan dari bisnis kami. Oleh karena itu, kami akan memberdayakan dan memotivasi orang-orang yang bekerja untuk kami agar memberikan potensi produktivitas dan kreativitas terbaik yang mereka miliki secara berkesinambungan.
6. Komitmen Penerbit Erlangga tampak dari misinya: melayani ilmu pengetahuan. Sebagai "pelayan" Penerbit Erlangga berupaya tetap tanggap terhadap arus reformasi pendidikan. Untuk itulah, revisi, pembaruan, dan pengelahiran buku-buku baru terus dilakukan.

Penerbit Erlangga membagi beberapa kelompok bidang terbitan sebagai berikut:

1. Pra sekolah: bidang ini baru dimulai dan akan terbit sekitar 100 judul buku.
2. Sekolah dasar: lebih dari seratus judul buku telah diterbitkan, mencakup buku teks (materi), soal, dan keterampilan.

3. Sekolah menengah: lebih dari dua ratus judul buku telah diterbitkan, mencakup buku teks (materi), soal, dan persiapan masuk ke perguruan tinggi.
4. Perguruan tinggi: lebih dari seribu judul telah diterbitkan, mencakup semua bidang, seperti ekonomi, teknik, MIPA, sosial.
5. Umum: lebih dari empat ratus judul telah diterbitkan, mencakup buku populer, self help, dan religius.

Kantor cabang

Untuk membantu operasi bisnisnya, Penerbit Erlangga mendirikan banyak kantor cabang pemasaran di seluruh Indonesia, yaitu: Bandung, Jakarta (Kantor pusat), Makasar, Medan, Palembang, Pekanbaru, Samarinda, Semarang, Surabaya, dan Yogyakarta.

Sumber:

http://www.erlangga.co.id/index.php?option=com_content&task=view&id=38&Itemid=412

PT. INTAN PARIWARA

PT. Intan Pariwara berdiri sejak tahun 1984 di Klaten, Jawa Tengah dan terus berperan aktif dalam peningkatan kualitas pendidikan nasional. Berbagai program yang dicanangkan pemerintah, khususnya Departemen Pendidikan Nasional dan Departemen Agama secara aktif diikuti oleh PT Intan Pariwara.

Visi dan Misi

Visi: meningkatkan potensi anak didik melalui buku-buku pelajaran dan penunjang yang berkualitas.

Misi

1. Membekali anak didik dengan ilmu pengetahuan
2. Meningkatkan kecerdasan anak didik
3. Membekali anak didik dengan kecakapan
4. Memberikan pelayanan terbaik kepada dunia pendidikan

Produk yang dihasilkan:

1. Buku pelajaran TK
2. Buku pelajaran SD
3. Buku pelajaran SMP
4. Buku pelajaran SMA
5. Buku pegangan mahasiswa
6. Buku pengembangan wawasan/umum

MATRIKS IFAS

NO.	FAKTOR-FAKTOR STRATEGIK	BOBOT	RATING	SKOR	KETERANGAN
FAKTOR INTERNAL STRATEGIK 'KEKUATAN'					
1	Struktur organisasi baru lebih mendorong partisipasi, koordinasi, dan optimalisasi fungsi.	0.1	1	0.1	Struktur organisasi baru belum berjalan secara optimal.
2	Brand image Kanisius tertanam kuat di segmen Gereja (captive market)	0.12	3	0.36	Brand image PPK masih cukup baik di kalangan gereja, khususnya KAS.
3	Percetakan Kanisius mempunyai sertifikasi ISO 9001-2008	0.04	2	0.08	Penerapan ISO masih dalam tahap awal dan membutuhkan penyesuaian dan perbaikan.
4	Visi dan misi organisasi yang baru lebih fokus pada Gereja dan dunia pendidikan	0.12	3	0.36	Rumusan visi dan misi yang baru cukup menegaskan orientasi karya PPK.
5	Tersedianya karyawan yang kompeten untuk pengembangan bisnis penerbitan dan percetakan.	0.07	1	0.07	Karyawan yang kompeten belum mampu bersinergi secara efektif.
6	Perusahaan memiliki sarana dan prasarana operasi kerja: teknologi penerbitan-percetakan baik konvensional dan digital.	0.05	3	0.15	Kelengkapan sarana dan prasarana mampu mendukung keberlangsungan operasi bisnis.
		0.5		1.12	
FAKTOR INTERNAL STRATEGIK 'KELEMAHAN'					
1	Mekanisme kerja (SOP) sesuai struktur organisasi baru belum sepenuhnya selesai disusun.	0.07	3	0.21	SOP yang sudah tersedia mulai dilaksanakan untuk memperlancar operasi bisnis.
2	Budaya kekerabatan mengalahkan tuntutan profesionalitas dalam pelayanan prima terhadap pelanggan	0.06	3	0.18	Budaya kekerabatan tidak mempengaruhi semua tenaga profesional yang ada di PPK
3	Kesadaran tentang urgensi promotion from within dan networking masih lemah.	0.07	3	0.21	PPK telah memiliki networking strategis walaupun masih perlu pengembangan, kesadaran promotion from within dimiliki oleh sebagian tenaga profesional di PPK
4	Riset produk dan pasar untuk pengembangan organisasi tidak dilakukan secara rutin dan terintegrasi.	0.08	2	0.16	Informasi yang diperoleh dari pasar belum dikelola dan dimanfaatkan secara terintegrasi
5	Defisit cash flow, piutang usaha tinggi, persediaan barang jadi tinggi, beban hutang usaha cukup tinggi.	0.14	2	0.28	PPK masih mampu membayar gaji karyawan, mampu beroperasi, masih memiliki asset untuk dioptimalisasikan sebagai pendapatan
6	Pengelolaan SIM tidak optimal karena migrasi sistem dari DOS ke WINDOWS, turnover programmer tinggi, kualifikasi programmer belum sesuai dengan kebutuhan.	0.08	2	0.16	Belum tersedia sistem informasi yang memudahkan proses pengambilan keputusan manajemen
Total Faktor Internal Strategik "Kelemaha		0.50		1.20	
Total Faktor Internal Strategik		1.00			

MATRIKS EFAS

NO	FAKTOR-FAKTOR STRATEGIK EKSTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR	KETERANGAN
FAKTOR EKSTERNAL STRATEGIK 'PELUANG'					
1	Kebijakan pengadaan buku oleh instansi.	0.08	1	0.08	Kesempatan mengikuti pengadaan proyek pemerintah beresiko tinggi dan kompetitif
2	Terbukanya peluang pasar yang lebih menjanjikan di segmen sekolah (dengan adanya tim PPR), peluang yang lebih menjanjikan di pasar perguruan tinggi (dengan pemberdayaan DPP), serta peluang di jalur distribusi toko buku.	0.12	2	0.24	Tim PPR belum lama terbentuk dan DPP belum memberikan kontribusi optimal
3	Bergabungnya penerbit katolik dalam SEKSAMA (Sekretaris Bersama Penerbit Katolik Indonesia) dalam segmen Gereja	0.04	2	0.08	Eksistensi SEKSAMA belum berdampak karena terlalu lama vakum.
4	Keberterimaan Gereja terhadap Penerbit Percetakan Kanisius tinggi.	0.13	3	0.39	Keberterimaan PPK oleh hirarki gereja belum terjadi secara nasional
5	Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat	0.07	2	0.14	Investasi PPK di bidang digital masih terbatas
6	Masyarakat yang semakin akrab dengan media digital.	0.06	3	0.18	PPK masih butuh upaya yang serius untuk dapat merespon peluang pasar media digital
		0.5		1.11	
FAKTOR EKSTERNAL STRATEGIK 'ANCAMAN'					
1	Kebijakan pemerintah tentang penetapan bahan ajar di sekolah.	0.07	2	0.14	Penetapan bahan ajar oleh pemerintah membatasi peluang PPK di pasar buku sekolah (semakin banyak kompetitor)
2	Rendahnya perlindungan terhadap hak karya intelektual.	0.06	3	0.18	meskipun penerbit tidak mampu mengatasi pembajakan, namun pembajakan belum emematikan bisnis penerbitan.
3	Terbatasnya jumlah pengarang dan ilustrator yang berkualitas	0.08	2	0.16	PPK masih sering kesulitan menemukan pengaran dan ilustrator yang memadai untuk menjaga kualitas terbitan
4	Meningkatnya pelaku bisnis penerbitan dan percetakan, termasuk penerbitan percetakan individual.	0.11	1	0.11	PPK menghadapi ancaman dari munculnya penerbit-percetakan individual yang lincah dan kreatif.
5	Rendahnya minat baca dan kemauan membeli masyarakat terhadap buku.	0.13	1	0.13	Penerbit menghadapi tantangan dalam menciptakan daya tarik atas produk yang diterbitkan untuk menggugah minat konsumen
6	Sensitivitas masyarakat terhadap isu-isu agama.	0.05	3	0.15	PPK masih sering mengalami "resistensi" dengan alasan agama.
		0.5		0.87	

Saluran distribusi Kanisius
EDIA

Nama kontak	Alamat	Kota
T. Gramedia Asri Media	Jl. I Gusti Ngurah Rai Mal Bali Galeria Lt. 2, Kuta	BADUNG
T. Gramedia Asri Media	Jl. Jend. Sudirman Balikpapan Center Lt. 1	BALIKPAPAN
T. Gramedia Asri Media	Jl. KZ. Abidin 2 Pasar Minggu	LAMPUNG
T. Gramedia Asri Media	Jl. Raden Intan No.63 Tanjung Karang	LAMPUNG
T. Gramedia Asri Media	Jl. Gatot Subroto 289 Bandung Supermal Lt. I/A199	BANDUNG
T. Gramedia Asri Media	Jl. HZ. Musofa 326 Plasa Asia Lt. 1/21	BANDUNG
T. Gramedia Asri Media	Jl. Merdeka 43	BANDUNG
T. Gramedia Asri Media	Jl. Pasir Kaliki 121-123 Istana Plaza Pamoyanan	BANDUNG
T. Gramedia Asri Media	Jl. Sukajadi 137-139 Mal Paris Van Java UG	BANDUNG
T. Gramedia Asri Media	Jl. Jend. A. Yani KM. 2 Duta Mal Banjarmasin	BANJARMASIN
T. Gramedia Asri Media	Jl. Veteran 45	BANJARMASIN
T. Gramedia Asri Media	Jl. Pasar Angkasa Diamond City Mal Lt. 1	BATAM
T. Gramedia Asri Media	Mal Batam City Square Lt. 1	BATAM
T. Gramedia Asri Media	Jl. Raya Kalimalang Mal Metropolitan Lt. 3	BEKASI
T. Gramedia Asri Media	Jl. Siliwangi 123 Plaza Ekalokasari Bogor Lt. 3	BOGOR
T. Gramedia Asri Media	Jl. Cidangiang 3 Botani Square LG I, Pajajaran	BOGOR
T. Gramedia Asri Media	Jl. Pajajaran Hero Lt. Dasar	BOGOR
T. Gramedia Asri Media	Jl. Tentara Pelajar 1 Grage Mal Lt. 2 & 3	CIREBON
T. Gramedia Asri Media	Jl. Dewi Sartika 1 Duta Plaza Lt. Basement	DENPASAR
T. Gramedia Asri Media	Jl. Gatot Subroto 22 Nikita Plasa Lt. 2	DENPASAR
T. Gramedia Asri Media	Jl. Margonda Raya KM. 4	DEPOK
T. Gramedia Asri Media	Jl. Raya Cinere Mal Cinere Lt. 2, Limo	DEPOK
T. Gramedia Asri Media	Jl. Meruya Ilir Raya AII/1 Pertokoan Kebon Jeruk	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Melawai III/12-18 Blok M Kebayoran Baru	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Jend. Sudirman Kav. 50 Plaza Semanggi Lt. GF	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Letjend. Suprpto 1 Cempaka Mas Lower	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Pendidikan 1 Mal Cijantung Lt. 3/25-26	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Kelapa Gading Boulevard Mal Kelapa Gading	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Gatot Subroto 177 Kav. 64 Hero Gatot Subroto	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Daan Mogot Raya KM. 16 Mal Daan Mogot	JAKARTA
T. Gramedia Direct Selling	Jl. Falatehan I/42 Blok M	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Bulevar Gading Serpong AA4 Mal Serpong	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Pintu Air 72	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Puri Agung Mal Puri Indah Lt. 1	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Raya Serpong KM. 8/39 Mal WTC Matahari Lt. 2	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Mayor Oking 11 ITC Cibinong Lt.1 Blok E/5	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Artha Gading Selatan 1 Mal Artha Gading Lt. 2	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Matraman Raya 46-48	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Metro Pondok Indah Mal Pondok Indah Blok D	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Mayjend. S. Parman Kav. 21 Mal Taman Anggrek	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Mayjend. S. Parman Mal Ciputra Unit V09,	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Gajah Mada 104-107 Krukut Tamansari	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Pluit Indah Raya Mega Mal Lt. 2	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Danau Sunter Mal Sunter Blok G7 Kav. 2 Lt.2	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Daan Mogot KM. 16 Petojo Selatan VII/16	JAKARTA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Sumantri Brojonegoro No.52 Kebon Jeruk, Solok	JAMBI
T. Gramedia Asri Media	Jl. Sam Ratulangi 5 Gurabesi Distrik	JAYAPURA
T. Gramedia Asri Media	Jl. Trunojoyo 85	JEMBER
T. Gramedia Asri Media	Jl. Jend. A. Yani 26 Raban Mal Lt. 3	KENDARI
T. Gramedia Asri Media	Jl. Jend. Sudirman 163	KUPANG
T. Gramedia Asri Media	Jl. Boulevard Komplek Panakukkang Mas Lt. 3	MAKASSAR
T. Gramedia Asri Media	Jl. Sam Ratulangi 35 Mal Ratu Indah Lt. 2/260	MAKASSAR
T. Gramedia Asri Media	Jl. Basuki Rachmat 3	MALANG

. Gramedia Asri Media	Jl. Veteran 2 Malang Town Square	MALANG
. Gramedia Asri Media	Jl. Sam Ratulangi 40	MANADO
. Gramedia Asri Media	Jl. Letjen. MT. Haryono No.8 Medan Mall Lt. 4	MEDAN
. Gramedia Asri Media	Jl. Zainul Arifin No.7 Sun Plasa Medan Lt. Ground	MEDAN
. Gramedia Asri Media	Jl. Gajah Mada No.23	MEDAN
. Gramedia Asri Media	Jl. Damar No.63	PADANG
. Gramedia Asri Media	Jl. Angkatan No.45 Palembang Square Mall Lt. 1/27	PALEMBANG
. Gramedia Asri Media	Jl. Kolonel Atmo No.45	PALEMBANG
. Gramedia Asri Media	Jl. Melintas 40	PKAI PINANG
. Gramedia Asri Media	Jl. Jend. Sudirman No.123B Mall Pekanbaru	PEKANBARU
. Gramedia Asri Media	Jl. Jend. Sudirman No.245	PEKANBARU
. Gramedia Asri Media	Jl. Jend. A. Yani A Yani Megamal Lt. 1 B1-10	PONTIANAK
. Gramedia Asri Media	Jl. Jend. Sudirman No.447 Tamara Plasa Lt. 2	PURWOKERTO
. Gramedia Asri Media	Jl. Prof. Moh. Yamin, Mal Lembuswana Blok B/2	SAMARINDA
. Gramedia Asri Media	Jl. Pandanaran No.122	SEMARANG
. Gramedia Asri Media	Jl. Letjen. MT. Haryono No.992 Java Supermall	SEMARANG
. Gramedia Asri Media	Jl. Sekawan Elok IV A4/150 Archna C, Bumi Citra	SIDOARJO
. Gramedia Asri Media	Mall Panakukang Mas Lt.2	SURABAYA
. Gramedia Asri Media	Jl. Pemuda 8-12 Tunjungan Plaza II	SURABAYA
. Gramedia Asri Media	Jl. Jend. A. Yani 16-18 Royal Plaza Lt. UG E6/26	SURABAYA
. Gramedia Asri Media	Jl. Manyar Kertoarjo 16	SURABAYA
. Gramedia Asri Media	Jl. Basuki Rachmat 8-12 Plaza Tunjungan I Lt. IV/411	SURABAYA
. Gramedia Asri Media	Jl. Pemuda 33-37 Plaza Surabaya Lt. 2 DN/01	SURABAYA
. Gramedia Asri Media	Jl. Raya Gubeng 198 Gubeng	SURABAYA
. Gramedia Asri Media	Jl. Slamet Riyadi 451-455 Solo Square Lt. 2	SURAKARTA
. Gramedia Asri Media	Jl. Slamet Riyadi No.284	SURAKARTA
. Gramedia Asri Media	Supermal Karawaci Unit G3	TANGERANG
. Gramedia Asri Media	Jl. Bintaro Utama Sektor III/A Plaza Bintaro Jaya	TANGERANG
. Gramedia Asri Media	Jl. Yos Sudarso 88 Grand Tarakan Mall Lt. 1	TARAKAN
. Gramedia Asri Media	Jl. HZ. Mustofa 326	TASIK MALAYA
. Gramedia Asri Media	Jl. Jend. Sudirman No.54-56	YOGYAKARTA
. Gramedia Asri Media	Jl. Laksda Adisucipto Plaza Ambarukmo	YOGYAKARTA
. Gramedia Asri Media	Jl. Malioboro No.52-58 Malioboro Mall	YOGYAKARTA

IA

. Karisma	Carnaval Mall, Batam Centre	BATAM
. Karisma	Jl. Pemuda No.47	SEMARANG
. Karisma	Jl. Sultan Agung No.90	SEMARANG
. Karisma	Jl. Bringjend. Sudiarto No.198 Mall Majamas Lt. 1	SEMARANG
. Karisma	Jl. Inspeksi Sal.Kali Malang 2 Gedung Tomang Tol	JAKARTA
. Karisma	Jl. Pamulang Gedung Hero Pamulang Lt. II	TANGERANG
. Karisma	Jl. Raya Cinere No.1 Cinere Mall Lt. 2, Jati Lama	BOGOR
. Karisma	Jl. Margonda Raya No.166 Borobudur Dept. Store	DEPOK
. Karisma	Jl. Cihampelas No.129 Premier Supermarket Lt.II	BANDUNG
. Karisma	Jl. Raya Kuta No.105 Gedung Gelael Lt. II	DENPASAR

G AGUNG

Nama kontak	Alamat	Kota
. Gunung Agung	Jl. Kepatihan No.11-17 Kings Shopping Centre	BANDUNG
. Gunung Agung	Jl. Ir. H. Djuanda No.216	BEKASI
. Gunung Agung	Jl. Merdeka No.66 Plaza Bandung Indah	BEKASI
. Gunung Agung	Jl. Bahagia No.115 Mall Cirebon	CIREBON
. Gunung Agung	Jl. Teuku Umar No.10 LIBI Plaza	DENPASAR
. Gunung Agung	Jl. Mangga Besar No.81 Lokasari Plaza Lt. II	JAKARTA
. Gunung Agung	Jl. Arteri S. Parman Mal Ciputra Lt. V, Grogol	JAKARTA
. Gunung Agung	Jl. Bulungan Plaza Blok M	JAKARTA

3 Gunung Agung	Jl. Danau Sunter Utara Kav. 7 Mal Sunter Lt. 1,	JAKARTA
3 Gunung Agung	Jl. Kwintang 38	JAKARTA
3 Gunung Agung	Jl. Kyai Tapa No.1	JAKARTA
3 Toko Gunung Agung	Jl. Metro Pondok Indah Pondok Indah Mall Lt. III	JAKARTA
3 Gunung Agung	Jl. Pemuda Kav 3 Plaza Orion	JAKARTA
3 Gunung Agung	Jl. Mayjend. S. Parman Kav. 21 Mal Taman Anggrek	JAKARTA
3 Gunung Agung	Jl. Senen Raya No.135 The Atrium Shopping Centre	JAKARTA
3 Gunung Agung	Jl. Simpang Lima Mall Ciputra Lt. 1	SEMARANG
3 Gunung Agung	Jl. Basuki Rachmat No.2-6 Plaza Tunjungan II	SURABAYA
3 Gunung Agung	Jl. Pemuda No.31-37 Plaza Surabaya	SURABAYA
3 Gunung Agung	Jl. Dharmahusada Indah Timur No.37 Mall Galaxi	SURABAYA
3 Gunung Agung	Jl. Serpong Damai, Bumi Serpong Damai Plaza	TANGERANG

MAS

Nama kontak	Alamat	Kota
3 Toga Mas	Jl. Urip Sumoharjo No.127 Lt.2	YOGYAKARTA
3 Toga Mas	Jl. Affandi No.5	YOGYAKARTA
3 Toga Mas	Jl. P. Diponegoro No.9	SURABAYA
3 Toga Mas Bandung	Jl. WR. Supratman No.55	BANDUNG
3 Toga Mas Banyuwangi	Jl. Laksda Adisucipto No.74	BANYUWANGI
3 Toga Mas Cilacap	Jl. Jend. A. Yani No.104	CILACAP
3 Toga Mas Cirebon	Jl. Tuparev 24	CIREBON
3 Toga Mas de Gale	Jl. Jend. Sudirman No.99-101, Galleria Mall Lt.2	YOGYAKARTA
3 Toga Mas Denpasar	Jl. Hayam Wuruk No.175, Museum Sidik Jari, TB	DENPASAR
3 Toga Mas Depok	Jl. Raya Margonda, TM Bookstore (DETOS) Lt. UG	DEPOK
3 Toga Mas Gejayan	Jl. Gejayan Condongcatur CC XII No.5	YOGYAKARTA
3 Toga Mas Gresik	Jl. Basuki Rakhmad No.10	GRESIK
3 Toga Mas Jakarta	Jl. Panjang, Kedoya, TMBooksMart Superindo Lt. 2	JAKARTA
3 Toga Mas Jember	Jl. Kalimantan, Campus Center Univ. Negeri Jember,	JEMBER
3 Toga Mas Jombang	Jl. KH. Wakhid Hasyim No.19	JOMBANG
3 Toga Mas Kediri	Jl. Jend. Sudirman No.59	KEDIRI
3 Toga Mas Madiun	Jl. Mastrip No.54	MADIUN
3 Toga Mas Malang	Jl. Raya Dieng No.27A-2	MALANG
3 Toga Mas Mojokerto	Jl. Pahlawan 20	MOJOKERTO
3 Toga Mas Pekalongan	Jl. KH.Mansyur No.79	PEKALONGAN
3 Toga Mas PETRA	Jl. Pucang Anom Timur No.5, PETRA Togamas	SURABAYA
3 Toga Mas Probolinggo	Jl. Suroyo No.30A	PROBOLINGGO
3 Toga Mas Purwokerto	Jl. HR. Boenyamin No.99	PURWOKERTO
3 Toga Mas Salatiga	Jl. P. Diponegoro No.59	SALATIGA
3 Toga Mas Saptakarsa	Jl. Raya Wonokromo, Darmo Trade Centre Lt. 4,	SURABAYA
3 Toga Mas Semarang	Jl. Letjen. MT. Haryono No.872, Bangkong	SEMARANG
3 Toga Mas Sidoarjo	Jl. Gajah Mada 33	SIDOARJO
3 Toga Mas Singaraja	Jl. Udayana No.18, Singaraja	BULELENG
3 Toga Mas Singosari	Jl. Singosari Raya No.25	SEMARANG
3 Toga Mas Surabaya	Jl. Margorejo Indah No.A-112	SURABAYA
3 Toga Mas Surakarta	Jl. Dr. Moewardi No.21	SURAKARTA
3 Toga Mas Tamansari	Jl. Taman Sari No.63	BANDUNG
3 Toga Mas Tegal	Jl. Kapten Sudibyo No.99	TEGAL



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
Program Studi Magister Manajemen