

STRATEGI SURVIVAL PENERBIT MINOR *ELLUNAR PUBLISHER* DI ERA DIGITAL

Mustika Wulan Sari¹⁾, Rianna Wati²⁾

^{1,2)} Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sebelas Maret

*mustikawulan@student.uns.ac.id¹⁾, riannawati@staff.uns.ac.id²⁾

Diterima: 10 Desember 2022

Direvisi: 18 April 2023

Disetujui: 26 April 2023

ABSTRAK

Kemajuan teknologi sejak revolusi 4.0 memaksa banyak industri, termasuk dunia penerbitan untuk mampu beradaptasi dan bersaing agar tetap eksis. Berkat perkembangan teknologi pula terjadi kemunculan berbagai penerbit-penerbit indie mewarnai khazanah literasi di Indonesia. Ellunar Publisher merupakan salah satu penerbit minor yang telah berdiri sejak tahun 2014 dan berlokasi di Bandung, Jawa Barat. Selama hampir delapan tahun berdiri, Ellunar Publisher berhasil mempertahankan eksistensinya di tengah gempuran kehadiran platform-platform membaca digital dan dominasi pasar yang dipegang oleh penerbit Mayor. Oleh karena itu penelitian ini membahas tentang bagaimana tantangan yang dihadapi oleh Ellunar Publisher dan bagaimana strategi survival yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berbentuk deskriptif. Data dikumpulkan dengan teknik observasi, membaca, dan mencatat. Hasil penelitian menunjukkan Ellunar Publisher memiliki strategi survival dengan kerja sama antara penerbit indie lain, komunitas literasi lain, dan juga start-up. Selain itu, Ellunar berhasil menarik perhatian audiensnya dengan rutin mengadakan berbagai kegiatan seperti event kepenulisan, lomba, dan program rutin menulis selama 30 hari.

Kata kunci: penerbit minor, strategi survival, sastra cyber, digitalisasi

PENDAHULUAN

Era digital dalam dunia kesusasteraan di Indonesia menjadi salah satu pemicu kemunculan berbagai penerbit minor. Industri penerbit di Indonesia sendiri dalam catatan Perpustnas Maret 2018 terdapat 690 penerbit, sedangkan dalam data Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) terdapat 1.506 penerbit yang berada di seluruh Indonesia. Perpustakaan Nasional mencatat dalam durasi tahun 2015-2020 terdapat 31.752 penerbit yang ada di Indonesia. Jumlah tersebut terbilang cukup banyak menandakan bahwa industri penerbitan dan pergerakan literasi di Indonesia terus berkembang. Fenomena kemunculan penerbit independen juga tidak lepas dari kepentingan dan kebutuhan masyarakat terhadap publikasi. Penerbit independen atau penerbit minor memberikan solusi atas permasalahan penulis pemula yang sering kesulitan dalam menerbitkan karya.

Sejalan dengan (Oktavia dan Wati, 2022) menyebutkan bahwa penerbit independen menjadi alternatif bagi penulis yang ingin langsung menerbitkan buku karena tidak memerlukan proses panjang untuk seleksi naskah. Alternatif tersebut membantu para penulis baru yang kesulitan menembus penerbit mayor sebab memiliki banyak pertimbangan dan seleksi naskah yang ketat (Hein dalam Anggraini, 2020). Selain itu, penerbit independen memiliki idealis untuk memberikan bacaan yang segar dan tidak mengikuti selera pasar. Hal tersebut menurut Adhe (2007) turut menjadi pemicu fenomena kemunculan penerbit-penerbit independen di Indonesia.

Maraknya kemunculan penerbit minor di Indonesia tentunya menimbulkan persaingan ketat, terlebih adanya sistem dan pasar yang telah dikuasai oleh penerbit mayor. Survei IKAPI pada tahun 2020 menyebutkan sebanyak 58,2% penerbit mengalami penurunan penjualan secara drastis, dan sebanyak 50% penerbit mengakui anjloknya produktivitas karyawan akibat pandemi. Sejumlah 60,2% penerbit tidak dapat membayar upah karyawan, dan hanya 5% penerbit yang sanggup bertahan hingga satu tahun. Data-data tersebut membuktikan bahwa tantangan dalam industri penerbit di Indonesia sangat berat, sehingga setiap penerbit harus memiliki strategi agar tetap mampu mempertahankan eksistensi bisnisnya terutama dalam era digital. Suhendra et al., (2020) menjelaskan bahwa transisi digital pada industri kreatif sangat memungkinkan terjadi, meskipun pergerakannya dalam dunia penerbitan cenderung pelan dan stabil jika dibandingkan dengan industri lain. Jaison (2018) menuturkan bahwa pelaku industri penerbit harus siap beralih ke digital untuk menghadapi penurunan jumlah pembaca dan peningkatan biaya produksi.

Penelitian lain dilakukan oleh (Suhendra et al., 2020) menyebutkan bahwa revolusi industri 4.0 telah menimbulkan disrupsi dikarenakan kemajuan teknologi dan internet mampu menggantikan posisi manusia di banyak bidang. Dalam industri penerbitan juga tidak lepas dari pengaruh era disrupsi, di mana penerbitan yang masih bersifat konvensional memiliki kemungkinan tinggi tergantikan oleh aplikasi (Baenanda, 2019). Menurut Kasali (2017) berbagai perubahan yang cepat menimbulkan tantangan-tantangan baru bagi industri penerbitan, sehingga para pelaku dalam industri ini harus siap mengikuti arus perubahan. Selain hal-hal di atas, tantangan bagi penerbit independen lebih berat sebab minimnya modal dan alat yang dimiliki. Tantangan distribusi buku juga menjadi hal yang perlu diperhatikan mengingat penerbit minor tidak banyak berkoneksi dengan toko-toko buku. Berdasarkan uraian di atas, tulisan ini berfokus pada tantangan yang dihadapi oleh penerbit minor *Ellunar Publisher* yang masih eksis sejak tahun 2014 hingga sekarang. Tulisan ini juga meneliti bagaimana strategi survival yang dilakukan oleh penerbit tersebut di tengah-tengah persaingan industri penerbit dan pada ranah digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan dengan teknik mengamati, membaca, dan mencatat. Objek material dalam penelitian ini adalah penerbit minor *Ellunar Publisher*. Data dalam penelitian berupa hasil kajian terdahulu, sumber informasi dari media sosial *Ellunar Publisher*, dan berbagai informasi yang relevan dengan topik penelitian. Analisis data dilakukan dengan cara menguraikan dan memberikan penjelasan pada setiap data yang ditemukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan Penerbit Minor *Ellunar Publisher* di Era Digital

Sebelum masuk pada pembahasan terkait tantangan yang dihadapi penerbit minor, penting untuk memahami konsep penerbitan. Seringkali penerbitan disamakan dengan percetakan, padahal pada hakikatnya dua hal tersebut berbeda. Penerbitan menawarkan bisnis jasa, sedangkan percetakan menghasilkan produk berupa barang (Kasijanto, 2008). Escarpit (2008) menjelaskan penerbit memiliki kegiatan produksi sastra, seleksi, menentukan pasar bagi buku yang akan diterbitkan, dan mendistribusikan buku tersebut kepada pembaca. Peran penerbit untuk mewujudkan kepentingan pengarang yang ingin menyampaikan gagasannya dan memenuhi kebutuhan pembaca. Dhakidae (1999) mengungkapkan bahwa kegiatan penerbitan buku berhubungan erat dengan aktivitas sarat sumber daya, yakni diperlukan adanya penulis, editor, ilustrator, dan manajer yang berkualitas dalam bidangnya masing-masing. Pada intinya penerbitan tidak hanya memproduksi suatu karya, melainkan bertugas untuk memikirkan strategi bagaimana sebuah karya dapat sampai ke publik atau pembaca (Robert Escarpit, 2008).

Ellunar Publisher merupakan penerbit minor yang berlokasi di Bandung, Jawa Barat. Sejak tahun 2014-2022, Ellunar Publisher telah menerbitkan buku kurang lebih sebanyak 1.476 buah. Penerbit ini sudah berbentuk CV (*commanditaire vennootschap*) yang merupakan badan usaha dengan sekutu pemodal dan usaha tersebut dijalankan oleh dua orang lainnya. Badan usaha CV telah dipayungi hukum, bersifat resmi, dan legal. Ellunar Publisher ini lebih banyak menerbitkan buku fiksi seperti karya sastra, tetapi juga pernah menerbitkan buku non-fiksi meski jumlahnya sedikit jika dibandingkan dengan terbitan buku fiksi. Saat ini terdapat 60.000 pengikut di instagram dan tercatat 3.101 jumlah kiriman berisi konten dalam unggahan akun tersebut. Selain *instagram*, penerbit indie ini juga memiliki media sosial lain, yakni *facebook*, *twitter*, dan *line*.

Ketika didirikan pada tahun 2014, Ellunar Publisher memiliki idealisme menjembatani impian para penulis yang kesulitan dalam hal publikasi karya. Sebelum berkembangnya teknologi dan internet, penerbit mayor adalah pihak yang menguasai pasar dan memonopoli buku-buku berdasarkan ketentuan tersendiri. Penerbit mayor juga mengacu pada selera pasar karena kepentingan komersial. Hal tersebut acap kali menyulitkan penulis yang memiliki idealismenya sendiri dan tidak ingin ikut pada selera pasar. Permasalahan itu melahirkan penerbit-penerbit minor yang menyediakan jasa dan membantu para penulis untuk menerbitkan tulisan berdasarkan idealismenya. Kemunculan berbagai penerbit minor juga dilandaskan pada kemajuan teknologi dan internet. Alasan lain kemunculan penerbit minor adalah keresahan pegiat literasi terhadap bacaan-bacaan kurang bermutu yang beredar di pasaran. Oleh sebab itu, penerbit minor berdiri sebagai perlawanan terhadap karya selera pasar dan membantu menciptakan bacaan yang segar, orisinal, dan berkualitas.

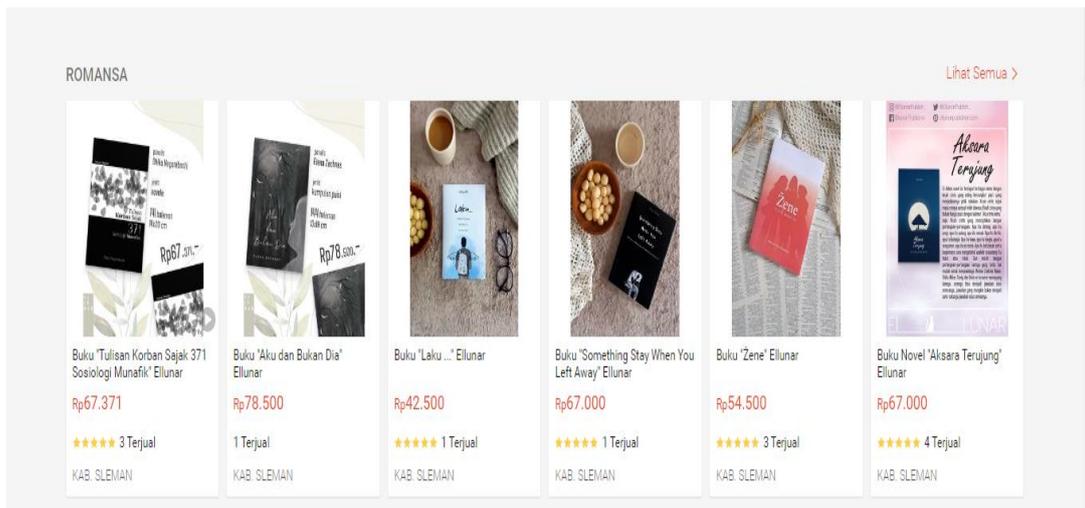
Seiring berjalannya industri penerbitan indie di Indonesia, tidak dapat dipungkiri bahwa industri penerbitan masih dikuasai secara dominan oleh penerbit mayor. Penerbit mayor memiliki koneksi yang lebih luas, modal yang lebih besar, alat yang lebih banyak, dan sumber daya yang lebih mumpuni. Berbagai tantangan industri penerbitan mencakup permasalahan terkait pencarian naskah atau pengarang, toko buku, dan mitra, dan penerbit lain yang menjadi pesaing (Biliarto, 2020). Permasalahan eksternal juga dipengaruhi dari tingkat literasi masyarakat, kemudahan dan kemajuan akses informasi, kebijakan pemerintah, dan teknologi

percetakan. Hal itu menjadikan berbagai penerbit, termasuk penerbit minor harus mampu memikirkan bagaimana cara bertahan terutama dalam era gempuran digital seperti saat ini.

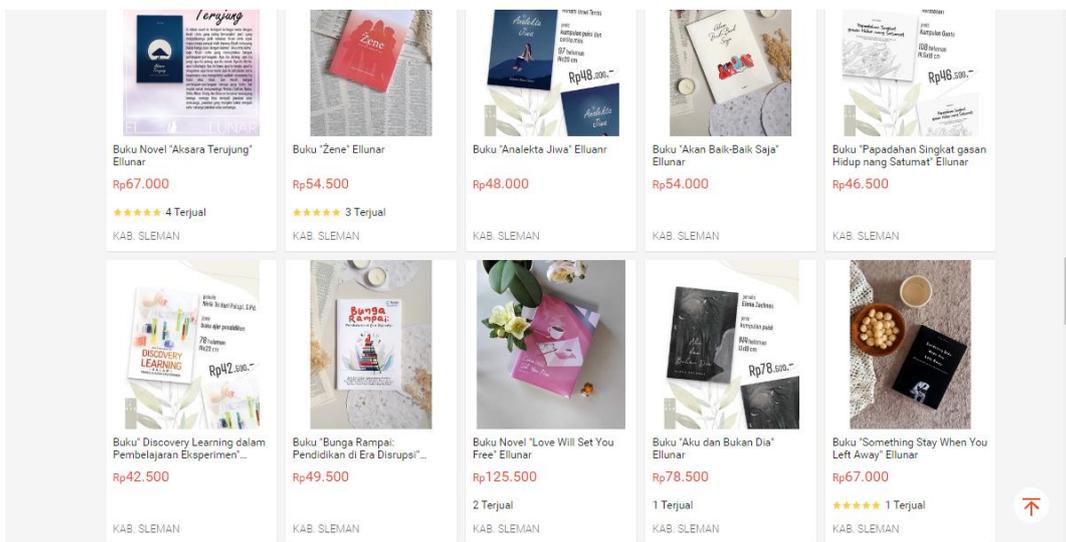
Para penerbit mayor sudah mulai bertahap menerbitkan karya-karya yang dapat diakses secara digital. Misalnya penerbit Gramedia yang merupakan penerbit mayor terkemuka di Indonesia sudah memiliki produk Gramedia Digital, di mana para pembaca dapat berlangganan tiap bulan untuk dapat menikmati seluruh koleksi buku yang dijual oleh Gramedia. Beberapa penerbit minor di Indonesia seperti Deepublish sudah menyediakan jasa penerbitan *e-books*, akan tetapi Ellunar Publisher sendiri belum memiliki produk jasa penerbitan buku dalam bentuk *e-books* dan masih terbatas pada buku fisik. Meskipun begitu, Ellunar Publisher memanfaatkan kemajuan teknologi, mulai dari proses pencarian naskah yang dilakukan lewat promosi di media sosial, kegiatan editing, membuat layout, dan desain sampul menggunakan bantuan aplikasi dari komputer. Bahkan dalam pendistribusian buku terbitannya, Ellunar Publisher telah memiliki toko di *marketplace* dan *E-commerce*.

Tantangan lain dalam dunia penerbitan saat ini adalah maraknya platform-platform membaca gratis seperti *wattpad*, *innovel*, *fizo*, *dreame*, dan lain sebagainya. Melalui platform-platform tersebut, penulis dapat dengan mudah langsung menerbitkan karyanya dan akan bisa dijangkau oleh banyak audiens. Hal ini memberikan banyak keuntungan bagi penulis pemula untuk mencari pangsa pasar pembacanya. Penulis juga tidak perlu menunggu proses seleksi naskah atau mengeluarkan uang untuk menerbitkan karyanya. Tentunya kemunculan sastra-sastra cyber itu menjadi fenomena tersendiri di khazanah kesusastraan Indonesia. Yulhasni & Edy Suprayetno (2018) mengungkapkan bahwa sastra siber hadir pada tahun 90-an yang diawali pada penulis pemula membuat laman di internet, lalu mengunggah tulisan sastra seperti cerpen, puisi, ulasan apresiasi karya, dll. Meskipun sastra siber mengundang banyak polemik serta pro dan kontra, tidak dapat dipungkiri hal ini memudahkan masyarakat luas untuk mengakses dan mengapresiasi karya sastra (Prasetyo & Wati, 2022). Sebenarnya sama seperti kemunculan penerbit-penerbit indie, sastra siber hadir akibat sebagai perlawanan praktik hegemoni kesusastraan di Indonesia yang sudah berlangsung bertahun-tahun lamanya. Sejalan dengan Yulhasni & Edy Suprayetno (2018) yang memaparkan bahwa kemunculan situs-situs sastra di internet meskipun menuai berbagai kritik tajam oleh para sastrawan di Indonesia, pada hakikatnya yang memiliki otoritas tertinggi kanonisasi sebuah karya sastra adalah pembaca. Dahana (2001) juga memaparkan apabila sastra dibiarkan lama dalam sebuah penyingkiran, maka akan terjadi perebutan otoritas sastra pada kalangan penerbit, sastrawan, dan kritikus sastra. Oleh sebab itu, otoritas sastra semestinya dikembalikan pada pembaca.

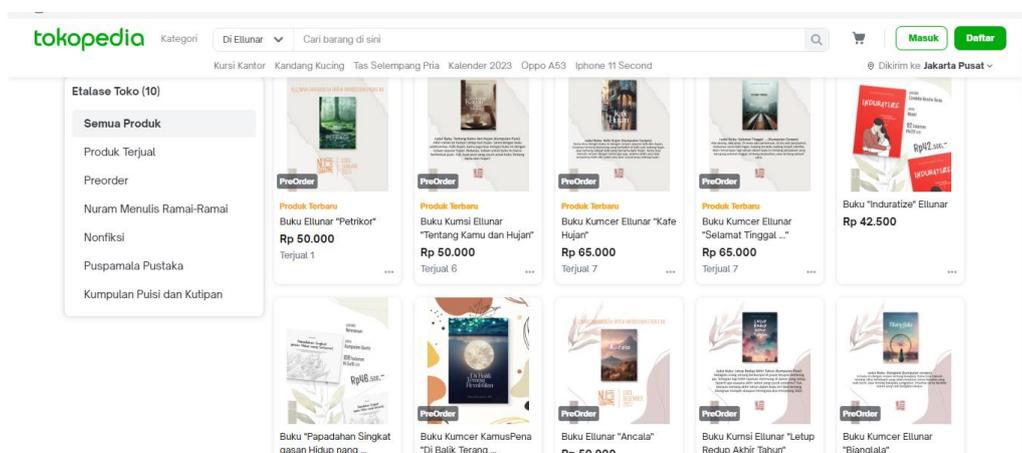
Melalui pengamatan penulis, Ellunar Publisher menghadapi tantangan dalam penjualan buku-buku yang diterbitkannya. Jika melihat dari *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia yang dimiliki, penjualan buku yang tertera jumlahnya sangat sedikit, . rata-rata buku yang terjual sekitar 1-2 buku fisik, seperti pada lampiran gambar di bawah ini.



Gambar 1. Etalase buku romansa pada Etalase Shopee Ellunar Publisher.



Gambar 2. Etalase buku secara keseluruhan pada Shopee Ellunar Publisher.



Gambar 3. Etalase buku secara keseluruhan pada Tokopedia Ellunar Publisher

Strategi Penerbit Ellunar Publisher dalam Mempertahankan Eksistensinya

Di tengah-tengah persaingan yang ketat antara penerbit-penerbit minor lain, sistem pasar yang dikuasai penerbit mayor, kemunculan platform digital sastra, sampai perubahan perilaku konsumen mengharuskan Ellunar Publisher memasang berbagai strategi untuk bertahan. Sejak tahun 2014, Ellunar Publisher membuktikan mampu bertahan bahkan melewati fase-fase kritis saat pandemi Covid-19. Berikut ini merupakan data jumlah buku yang pernah diterbitkan oleh Ellunar Publisher terhitung sejak tahun 2014-2022 dengan total sebanyak 1.478 dan data sebaran sebagai berikut.

Tabel 1. Data jumlah buku terbitan Ellunar Publisher

Tahun	Jumlah Buku Terbit
2014	6
2015	58
2016	51
2017	129
2018	246
2019	316
2020	350
2021	197
2022	125

Melalui data di atas dapat dilihat pada tahun 2020 saat masa pandemi, Ellunar Publisher mencapai jumlah terbanyak dalam kurun tahun 2014-2022. Hal itu dapat membuktikan resilien atau ketahanan penerbit tersebut. Tentunya dalam membuat strategi, terdapat beberapa hal yang penting untuk diperhatikan, misalnya dalam pemilihan sumber daya tertentu, proses pengambilan keputusan, perubahan, dan kinerja keuangan (Jarzabkowski & Seidi D, 2007). Melalui pengamatan yang penulis lakukan, berikut beberapa strategi Ellunar Publisher dalam mempertahankan eksistensinya sebagai penerbit minor.



Gambar 4. 3 jenis paket penerbitan di Ellunar Publisher.

- 1) Ellunar Publisher memiliki produk jasa penerbitan dengan harga yang terjangkau dan benefit yang menguntungkan. Jasa penerbitan dipatok dengan harga mulai dari Rp

500.000 – Rp 1.375.000. Dengan harga yang terjangkau dan terdapat editor, layouter, dan desainer sampul mampu menarik para penulis baru atau mitra.

- 2) Dalam mempromosikan jasa penerbitannya, Ellunar Publisher membuat banyak event tentang kepenulisan dan bekerja sama dengan komunitas lain. Setiap bulannya, Ellunar Publisher juga membuat kegiatan bernama Nuram (*nulis ramean*). Kegiatan tersebut diawali dengan pencarian naskah puisi atau cerpen yang sudah ditentukan odi awal, lalu output akhir tulisan dari berbagai penulis akan diterbitkan dalam satu buku secara gratis. Penulis juga dapat membeli buku dan sertifikatnya melalui sistem PO (pre-order).



Gambar 5. Promosi event Nuram (nulis ramean) bulan November oleh Ellunar Publisher

- 3) Selain kegiatan pada nomor 2, Ellunar Publisher juga mengadakan Festival Menulis Ellunar setiap tahun secara gratis dan terbuka untuk umum. Benefit yang ditawarkan adalah voucher buku, trofi, sertifikat, souvenir, dan karya yang lolos akan dibukukan secara gratis. Event ini juga banyak diminati oleh para pengikut Ellunar Publisher sebab termasuk ke dalam kompetisi dengan hadiah menarik.



Gambar 6. Kompetisi Festival Menulis Ellunar di tahun 2022

- 4) Selain mengadakan kompetisi, Ellunar Publisher memiliki program bernama Gerimis (Gerakan Rutin Menulis), yaitu program di mana para pengikut Ellunar diajak untuk rutin menulis selama 30 hari. Selanjutnya di akhir tulisan para peserta akan dibukukan dengan benefit lain seperti mendapatkan sertifikat cetak gratis. Program ini merupakan program tahunan dan biasanya dimulai pada 1-30 Desember.



Gambar 7. Program GERIMIS (gerakan menulis rutin) 30 hari.

- 5) Ellunar Publisher sering bekerja sama dengan komunitas atau penerbit indie lain, seperti program kerja sama dengan Puspamala Pustaka bentuk lomba menulis, workshop menulis secara daring dengan komunitas One Day to Write. Pada tahun 2021, Ellunar juga bekerja sama dengan start-up Siklus Refill dalam lomba *green writing*.
- 6) Tampilan pada media sosial instagram @ellunarpublish rapih, warna pada setiap unggahannya senada, dan memberikan kesan estetik. Hal itu dapat menarik perhatian konsumen dan membuat citra penerbit minor yang profesional.



Gambar 8. Tampilan feed instagram @ellunarpublish di tahun 2021 (kiri) dan 2022 (kanan)

- 7) Ellunar Publisher sangat aktif di instagram, unggahan pada instagram tersebut bukan hanya berisi buku-buku yang pernah diterbitkan, melainkan terdapat banyak konten edukasi terkait kepenulisan. Konten-konten tersebut juga rutin diunggah setiap satu minggu. Hal ini menunjukkan bahwa Ellunar Publisher memanfaatkan sosial media sebagai sarana promosi dan branding penerbit yang juga memberikan edukasi kepada para pengikutnya.



Gambar 9. Contoh konten edukasi dalam instagram @ellunarpublish

- 8) Ellunar menyediakan berbagai pilihan jasa sesuai dengan keinginan pelanggan, mulai dari pilihan desain sampul buku, pengeditan naskah, tata letak, dan lain-lain. Pilihan jasa tersebut melingkupi paket reguler dan paket profesional. Perbedaan dari keduanya adalah jika paket reguler harga yang ditawarkan lebih murah serta sesuai dengan standar naskah. Sedangkan dalam paket profesional lebih mahal karena jasa yang ditawarkan untuk pengerjaan naskah yang lebih rumit.



Gambar 10. Penawaran antara paket reguler dan profesional Ellunar Publisher

KESIMPULAN

Tantangan-tantangan yang ada dalam industri penerbitan di era digital membuat seluruh pelaku usaha ini harus cekatan, termasuk Ellunar Publisher sebagai penerbit minor juga tidak lepas dari hal tersebut. Dalam mempertahankan eksistensinya, Ellunar Publisher memiliki strategi-strategi, di antaranya 1) menjalin kerja sama dengan penerbit indie dan komunitas lain, 2) memberikan 3 jenis paket penerbitan dengan harga terjangkau dan pelayanan yang bonafit, 3) menjadi wadah latihan bagi para penulis pemula, 4) rutin mengadakan lomba kepenulisan dan hadiah menerbitkan secara gratis, 5) memiliki branding di media sosial yang profesional, 6) memberikan banyak pilihan kepada calon pelanggan ketika hendak menerbitkan buku, 7) rutin mengadakan event kepenulisan yang terdiri dari rentang usia anak-anak, remaja, dan dewasa. Berbagai strategi tersebut membuat Ellunar Publisher mampu bersaing selama delapan tahun terhitung sejak 2014.

REFERENSI

- Anggraini, I. (2020). Mekanisme Survival Penerbit Indie Dalam Menghadapi Persaingan Dunia Penerbitan Di Kota Yogyakarta. In *Perpustakaan Universitas Airlangga*.
- Daniel Dhakidae. (1999). *Buku Membangun Kualitas Bangsa: bunga rampai sekitar perbukuan di Indonesia*. Kanisius.
- Jarzabkowski, B., & Seidi D. (2007). The challenges of a practice perspective. *Human Relations*, 60(1), 5–27.
- Kasijanto. (2008). Media dan monopoli dagang. *Wacana: Jurnal Ilmu Pengetahuan Budaya*, 10(2), 286–299.
- Oktavia, R. (2022). *Politik Penerbitan dan Perbedaan Konten Website Resmi Penerbit Mayor dan Indie di Ranah Cyber*. 12(1), 83–90.
- Prasetyo, C. W., & Wati, R. (2022). Cyber Sastra: Polemik Dan Resistensi Kapitalisme Pada Sastra. *Pena Literasi*, 5(1), 18–25.
- Radhar Panca Dahana. (2001). *Kebenaran dan Dusta dalam Dunia Sastra*. Indonesia Tera.
- Robert Escarpit. (2008). *Sosiologi Sastra*. Yayasan Obor Indonesia.
- Sesarius F. Biliarto. (2020). *Bisnis Penerbitan Media Pressindo Yogyakarta: Masalah dan*

Strategi. In *Universitas Atma Jaya Yogyakarta* (Vol. 8, Issue 75).

Suhendra, M. F., Helmiawan, M., & Indrasari, N. P. (2020). Tantangan Pelaku Penerbitan di Era Industri 4.0 : Sebuah Tinjauan. *Mediasi*, 1(1), 1–21.

Tiya Jaison. (2018, April). The need for a Digital Makeover in the Publishing Industry. *Suyati.Com*.

Yulhasni and Edy Suprayetno. (2018). Cyber Sastra: Perlawanan Terhadap Hegemoni Dalam Sastra Indonesia. *Jurnal Komposisi*, 3(2), 106–109.