

**Proses Seleksi Dan Publikasi Karya Sastra Dalam Penerbit Indie Beruang
Semarang (Kajian Sosiologi Sastra)**
dewibintitrisetyono@gmail.com

Abstract

Hidayatika, Dewi Nur. 2022. "The Selection and Publication of Literary Works in the Indie Beruang Semarang Publisher (Study of the Sociology of Literature)". Thesis of Indonesian Literature Study Program. Faculty of Cultural Sciences, Diponegoro University, Semarang. Supervisor: Dr. Redyanto Noor, M. Hum, and Laura Andri Retno Martini, S.S., M.A. Beruang Publisher is an indie publisher in Semarang. This thesis uses the theory of sociology of literature by Robert Escarpit. The aim is to find out the selection process which is part of the production and publication which is part of the distribution with the idiosyncratic considerations of the Beruang publisher. The method used is a qualitative method and the presentation of data analysis is carried out using a systematic descriptive explanation. The result of the analysis in this study is that the selection key is determined at the beginning by the curator who then divides the entry into 2 policies, regular and non-regular. The criterion for passing is whether or not it is in accordance with idealism. The next stages are editing, layouting, and proofreading, each taking 2 weeks. In addition to scripts, selection activities also apply to covers and dummy books. Beruang Books can reach its readers directly from publishers, distributors, resellers, dropshippers, and marketplaces. Publications are carried out through book fairs, book events, critical reviews, literary awards, and audio-visual publications. The existence of adequate selection and publication has realized not only an improvement in the quantity but also in the quality of books in Semarang.

Keywords: Selection-Publication, Idealism, Beruang Publisher.

Intisari

Hidayatika, Dewi Nur. 2022. "Proses Seleksi dan Publikasi Karya Sastra dalam Penerbit Indie Beruang Semarang (Kajian Sosiologi Sastra)". Skripsi Program Studi Sastra Indonesia. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro Semarang. Pembimbing: Dr. Redyanto Noor, M.Hum, dan Laura Andri Retno Martini, S.S., M.A. Penerbit Beruang merupakan penerbit indie di Semarang. Skripsi ini menggunakan teori sosiologi sastra Robert Escarpit. Tujuannya adalah untuk mengetahui proses seleksi yang merupakan bagian dari produksi dan publikasi yang merupakan bagian dari distribusi dengan pertimbangan idiosinkratis penerbit Beruang. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan penyajian analisis data dilakukan menggunakan penjelasan deskriptif sistematis. Hasil analisis dalam penelitian ini adalah, kunci seleksi ditetapkan di awal oleh kurator yang kemudian membagi naskah masuk menjadi 2 kebijakan, yakni reguler dan nonreguler. Kriteria lolos adalah sesuai tidaknya dengan idealisme. Tahapan selanjutnya berupa penyuntingan, *layouting*, dan *proofreading*, masing-masing membutuhkan waktu 2 Minggu. Selain naskah, kegiatan seleksi juga berlaku pada *cover* dan *dummy books*. Buku Beruang dapat sampai pada pembacanya langsung dari penerbit, distributor, *reseller*, *dropship*, dan *marketplace*. Publikasi dilakukan melalui pameran buku, buku yang diacarakan, resensi kritis, penghargaan sastra, dan publikasi audio-visual. Adanya seleksi dan publikasi yang memadai mewujudkan tidak hanya perbaikan kuantitas melainkan kualitas perbukuan di Semarang.

Kata Kunci: Seleksi-Publikasi, Idealisme, Penerbit Beruang.

Pendahuluan

Perkembangan karya sastra di Indonesia begitu pesat. Fenomena tersebut dapat dibuktikan secara langsung, bagaimana buku-buku sastra dari berbagai genre memenuhi seluruh toko buku. Data statistik terakhir dari web resmi Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) <https://www.ikapi.org/> tahun 2018 juga menunjukkan bahwa regulasi karya sastra yang tinggi sedang berlangsung bahkan hingga saat ini, terlihat dalam bentuk data penjualan buku yang mencapai 34.710.791 eksemplar pada penerbit buku Gramedia dan data terakhir tahun 2014 untuk seluruh penerbit buku yang mencapai 62.656.000 dengan persentase buku cerita fiksi dan sastra mencapai 12,89%. Hal tersebut tentunya tak dapat lepas dari peran penerbit yang menjembatani suatu karya dari pengarang untuk sampai kepada pembaca.

Dewasa ini industri penerbit indie juga berkembang pesat, banyak penerbit indie baru bermunculan dengan faktor yang tentunya beragam. Rata-rata penerbit tersebut berada di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya. Namun sejauh ini kehadiran penerbit indie di Jawa Tengah khususnya Semarang selaku ibu kota masih sangat terbatas. Di tengah keterbatasan penerbit indie di Jawa Tengah, penerbit Beruang hadir sebagai penerbit indie baru yang beroperasi di Semarang atas dasar ekosistem perbukuan di kota tersebut yang masih minim.

Pesatnya industri penerbit indie yang semakin marak belakangan ini memang banyak mendatangkan manfaat bagi penulis terutama penulis pemula yang akhirnya mendapatkan kemudahan untuk menerbitkan karyanya, selain itu kehadiran penerbit-penerbit indie juga turut menambah khazanah perbukuan yang ada di Indonesia, namun keberadaannya sekaligus memunculkan pernyataan baru dalam hiruk pikuk dunia sastra di mana karya yang berhasil terbit di mayor dianggap lebih berkualitas dari penerbit indie. Pernyataan semacam ini tentu tidak dapat diterima secara mentah-mentah, sebab meskipun benar buku yang diterbitkan mayor cenderung memiliki kualitas yang baik mengingat seleksi di sana yang sangat ketat, namun juga tidak ada hal paten yang dapat menutup kemungkinan bahwa buku-buku berkualitas dapat ditemukan dalam penerbit indie. Seperti pada penerbit Beruang yang totalitas dalam menerbitkan semua bukunya, mulai dari seleksi naskah, *editing*, *layout*, desain ilustrasi, perizinan, dan cetak, hingga pembagian royalti dan berbagai bentuk publikasi ditangani dengan profesional. Bahkan hampir setiap buku yang terbit di penerbit Beruang akan diacarakan dalam berbagai bentuk salah satunya adalah bedah buku.

Berangkat dari hal tersebut, penulis mengkaji lebih lanjut perihal penerbit Beruang dengan berfokus pada kegiatan penerbitnya. Escarpit (2008:74) menciutkan kegiatan penerbit dalam tiga kata kerja: memilih, membuat, membagikan. Ketiga kegiatan tersebut saling terkait dan membentuk siklus keseluruhan kegiatan penerbitan. Apabila pengarang menggali ide untuk kemudian dituangkan dalam suatu tulisan yang akan dibaca oleh pembaca, maka tugas penerbit adalah mewujudkan kepentingan dua pihak tersebut dengan melakukan serangkaian kegiatan produksi berikut distribusinya.

Penelitian ini secara lebih rinci akan mengungkap bagaimana seleksi karya sastra yang masuk ke dalam ranah proses produksi, di mana proses seleksi dalam penerbit Beruang memiliki dominasi sebab menerbitkan karya dengan entitas yang sama, serta publikasi yang masuk ke dalam ranah distribusi, di mana proses publikasi dalam penerbit Beruang memiliki pengaruh besar sebab memasarkan karya dengan membuat berbagai konten yang diperuntukan untuk publik. Adapun objek material penelitian adalah penerbit dan objek formalnya merupakan sosiologi produksi yang

dalam penelitian meliputi proses seleksi dan publikasi karya sastra sehingga batasan waktu perlu ditetapkan agar hasil penelitian terarah, yakni sejak penerbit Beruang berdiri tahun 2019 hingga tahun 2021.

Dalam setiap penelitian, rumusan masalah sangat penting untuk menjaga fokus agar tetap berada di jalur yang tepat. Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi fokus utama permasalahan dalam penelitian ini adalah kegiatan produksi berupa seleksi karya sastra dalam penerbit Beruang yang tentunya akan berlanjut pada kegiatan distribusi berupa publikasi karya sastra. Selain fokus utama tersebut fokus pertama penulis adalah terlebih dahulu menyingkap persoalan-persoalan domestik dalam penerbit Beruang.

Metode

Kehadiran metode penelitian merupakan persyaratan logis yang harus dipenuhi menyangkut cara yang operasional dalam penelitian (Endraswara, 2013:8). Metode yang digunakan dalam penelitian ini, utamanya adalah sosiologi sastra. Dalam wacana studi sastra, sosiologi sastra seringkali didefinisikan sebagai salah satu pendekatan dalam kajian sastra yang memahami dan menilai karya sastra dengan mempertimbangkan segi-segi kemasyarakatan (sosial). Jadi cakupan penelitian sosiologi sastra adalah seputar karya sastra sebagai cerminan kehidupan masyarakat dan penerimaan masyarakat terhadap karya sastra tersebut serta penulis berikut latar belakang sosialnya. Perkembangan masyarakat tersebut menurut Faruk (1994:6) tidak dapat dipisahkan dari kegiatan-kegiatan produksi dalam masyarakatnya. Oleh sebab itu, kajian paling sesuai adalah sosiologi sastra milik Robert Escarpit di mana karya sastra ditempatkan layaknya komoditas yang melewati proses produksi dan distribusi.

Metode penelitian sastra pada umumnya didasarkan pada konvensi tahap-tahap kegiatan penelitian yang meliputi tahap pengumpulan data, tahap pengolahan data, dan tahap penyajian hasil pengolahan data. Data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang diperoleh dari studi dokumen milik penerbit Beruang mulai dari buku-buku yang terbit hingga data-data milik penerbit, observasi terus terang langsung ke lokasi penerbit Beruang, dan wawancara semi berstruktur. Sehingga sumber data dalam penelitian yakni direktur utama dan direktur pelaksana penerbit indie Beruang Semarang. Selain itu berbagai referensi buku yang sesuai akan dijadikan pijakan bagi data dari lapangan.

Data yang telah terkumpul dianalisis dan diteliti kembali di mana data yang relevan dengan penelitian penulis akan mampu memberikan gambaran yang bagus terkait hasil pengamatan. Data yang telah diolah kemudian disajikan secara deskriptif sistematis yakni penggambaran secara keseluruhan dan terperinci serta runtut sehingga akan mudah dipahami.

Landasan Teori

Seringkali dikatakan bahwa sosiologi sastra berarti karya sastra merupakan cerminan dari masyarakat. Teeuw (1984: 174) membenarkan hal tersebut melalui pembuktian sosiologi sastra secara keseluruhan yang berarti sastra berperan sebagai alternatif dari kenyataan. Beberapa penulis beranggapan bahwa, pendekatan terhadap sastra yang mempertimbangkan kemasyarakatan disebut sosiologi sastra (Damono, 2020: 5). Pengarang dan segala latar belakang kehidupan sosialnya, apa yang tersirat di dalam

suatu karya sastra, serta pengaruh sosial terhadap pembacanya merupakan faktor dalam hal tersebut, ketiganya berhubungan erat satu sama lain meski dalam sebuah penelitian sastra hal-hal tadi tidak dapat disamaratakan. Seperti pada penelitian ini yang mana permasalahan kompleks terkait sosiologi sastra difokuskan ke sosiologi produksi dan sosiologi distribusi. Produksi merupakan proses pracetak yang berarti mencakup seluruh kegiatan sebelum naskah menjadi sebuah buku. Sebaliknya, distribusi merupakan kegiatan pascacetak yang menyebarluaskan buku dalam artian benar sampai kepada konsumen. Lagi-lagi terdapat serangkaian proses panjang sehingga dalam hal ini penelitian akan menitikberatkan pada kegiatan seleksi yang merupakan bagian dari sosiologi produksi dan publikasi yang merupakan bagian dari sosiologi distribusi.

Escarpit (2008: 33) berpendapat bahwa kegiatan penerbit berupa produksi sastra berkaitan erat dengan populasi pengarang. Adapun dalam kegiatan produksi, seleksi diadakan penerbit sebagai tahapan yang harus dilalui oleh naskah berikut pengarangnya. Secara grafis, analisis estetik psikologis melatarbelakangi usaha penerbit untuk menentukan kegiatan seleksi (Escarpit, 2008: 78). Tidak hanya pada naskah yang masuk, namun secara keseluruhan, hal ini dapat dilihat bahwa bagi penerbit, pada tahapan pembuatan pun seleksi tetap dilakukan. Karya yang masuk dibentuk sejak awal untuk sesuai dengan apa yang penerbit harapkan. Dengan kata lain, seleksi penerbitlah yang menciptakan sastra adapun pilihan selanjutnya membuat hirarki dalam sastra tersebut.

Sementara publikasi berasal dari kata *Publier* dalam bahasa latin *publicare* yang artinya menerbitkan mengandung gagasan penyerahan kepada seseorang yang tidak diketahui identitasnya (anonim), yang pada intinya memberitahukan suatu proyek, dalam hal ini karya sastra yang ditulis penulis kepada semua orang baik yang dikenal maupun tidak (Escarpit, 2008: 67). Dalam menentukan publik tentunya penerbit telah memilih apa yang cocok dengan publiknya sehingga proses publikasi pun tak lepas dari campur tangan seleksi sama halnya produksi dan distribusi yang memiliki keterkaitan bahkan bergantung satu sama lain. Banyak usaha yang sangat mungkin dilakukan oleh penerbit terkait proses publikasi Escarpit 2008 memberikan gambaran terkait hal yang mungkin dan efektif dilakukan sebagai bagian dari teknik publikasi buku diantaranya *byronisme* (76); peluncuran pertama maupun pelelangan sebuah karya (68); hingga resensi kritis buku (96). Meski begitu pada zaman ini menunjukkan bahwa publikasi audio visual lebih efektif dari pada publikasi yang dicetak. Selain itu menarik minat publik juga perlu dilakukan untuk mendongkrak publikasi tentunya tanpa menghilangkan rasa ingin tahu terhadap buku tersebut seperti dengan pengarang berbicara sendiri dengan bertatap muka dengan publik contohnya pada acara televisi dan hadiah sastra bagi buku terbaik yang dalam pelaksanaannya masih terikat dengan seleksi (Escarpit, 2008: 80-81).

Buku sastra kaitannya dengan industri penerbit merupakan barang yang diperdagangkan sehingga publikasi tentu tidak hanya berbicara tentang bagaimana memperkenalkan suatu karya kepada publik melainkan bagaimana suatu karya dapat sampai ke tangan publik. Muncul publisitas komersil yang menurut Escarpit 2008 meliputi tipe biasa dengan sasaran umum yang hasil presentasinya rendah yakni sebesar $10^{-20}/1000$ (79); untuk presentase yang lebih tinggi penerbit dapat menyerahkan penjualan kepada para spesialis dengan berfokus pada 10-20 orang dari 1000 yang ada (71); konsinyasi (100); hingga jaringan komersial lainnya mulai dari gerai pinggir jalan, pasar malam maupun penjaja keliling, bahkan toko alat tulis (98).

Sejarah Visi-Misi dan Perkembangan Penerbit Beruang

Pendiri dari Penerbit Beruang, Widyanuri Eko Putra (Wiwid) dan Santi Al Mufaroh (Santi) sebelumnya merupakan anggota dari komunitas Kelab Buku Semarang dimana kegiatannya berupa diskusi sastra, menulis, hingga menerbitkan buku secara *underground*. Pada tahun 2016 semakin banyak yang berminat menerbitkan buku lewat bantuan komunitas ini, namun sistem *underground* dinilai tidak efektif, sebab segala urusan produksi dan distribusi dikerjakan oleh komunitas namun *database* buku tetap milik penerbit yang ISBNnya dipinjam. Pada tahun 2018 Wiwid mulai merealisasikan gagasannya untuk mendirikan penerbit buku resmi meski begitu anggota Kelab Buku Semarang memiliki ideologinya masing-masing dan memaksakan prinsip penerbitan buku dalam suatu komunitas menurut Wiwid justru akan membuat komunitas tersebut berantakan. Sehingga tahun 2019 bersama Santi, keduanya mendatangi notaris untuk konsultasi seputar pendirian penerbit buku dan pada tahun tersebut pula, tepatnya 25 Februari akta penerbit buku resmi mereka dapatkan dengan nama Beruang Cipta Literasi yang hingga kini biasa disebut penerbit Beruang.

Sesuai dengan namanya, logo penerbit Beruang diambil dari moncong beruang yang bisa dipahami ketika latar belakang logo berwarna hitam. Secara harfiah, kata beruang dapat berarti tiga hal. Pertama, beruang yang merupakan binatang buas jenis *Ursus*, berbulu tebal, dapat berdiri di atas kedua kaki belakangnya, bercakar, dan bermoncong panjang, dalam hal ini kata beruang dipilih se, bab penerbit buku legendaris dunia juga menggunakan nama hewan, yakni Penguin Books. Kedua, *be.ruang* yang berarti memiliki ruang, dimana Wiwid memang membutuhkan tempat untuk merealisasikan gagasan yang sebelumnya tidak tersalurkan di Kelab Buku Semarang. Ketiga, *ber.uang* yang dapat diartikan mempunyai uang, sebab dengan mendirikan penerbit buku Wiwid dan Santi telah membangun bisnis yang tentunya masih di ranah buku dan literasi sesuai dengan *passion*.

Penerbit Beruang memiliki idealisme yakni menerbitkan buku-buku yang menurutnya bagus. Kriteria bagus dalam hal ini berupa hal yang berhubungan dengan sastra, bahasa, dan literasi seperti cerpen, puisi, novel, esai sastra, resensi, kajian, hasil penelitian, cerita perjalanan, maupun soal lain yang masih ada kaitannya dengan sastra. Meski begitu karya tersebut tidak hanya berhenti pada cerita dan sastranya saja, namun juga sesuatu di luar sastra sehingga dapat diobrolkan dari banyak sisi. Selanjutnya adalah entitas Semarang sebab dibandingkan dengan kota lainnya, dalam urusan perbukuan, Kota Semarang masih tertinggal. Lebih rincinya. Entitas tadi merupakan satuan dengan keberagaman yang unik didalamnya. Satuannya adalah Semarang yang meliputi penulis yang lahir, tinggal, maupun berkiprah di Semarang dan sekitarnya bahkan atau hanya singgah, tulisan tentang Semarang, hingga hal-hal kecil lain yang masih ada sangkut pautnya dengan kota atlas tersebut.

Penerbit Beruang secara konsisten menerbitkan buku dengan target 6 judul setiap tahunnya. Pada praktiknya, buku yang terbit dalam satu tahun selalu melebihi target. Meskipun memang, buku andalannya tidak jauh dari target yang ditentukan. 12 buku terbit di tahun 2019, pada tahun berikutnya terdapat 14 buku yang terbit, 2 diantaranya berhasil meraih Penghargaan Prasadatama Balai Bahasa Jawa Tengah 2021. Sementara pada tahun 2021 sebanyak 11 buku terbit, hal tersebut bukanlah suatu penurunan sebab oplah tiap buku berbeda antara satu dengan yang lainnya. Sejak awal berdiri tahun 2019 hingga saat ini. Direktur penerbit Beruang adalah Santi sementara Wiwid menduduki posisi sebagai Persero Komanditer. Hingga penghujung tahun 2021

penerbit Beruang telah menerbitkan setidaknya 37 judul buku, jumlah yang tergolong tidak banyak apabila dibandingkan dengan penerbit lain. Kendati demikian buku-buku milik penerbit Beruang memiliki kualitas dan idealismenya sendiri terlebih seluruh pekerjaan industri ditangani dengan baik sehingga terwujud suatu penerbit buku yang sehat.

Seleksi Karya Sastra dalam Penerbit Beruang

Kegiatan bersastra sejatinya sudah ada jauh sebelum kemerdekaan Indonesia. Dalam dunia kesusastraan di Indonesia dikenal nama-nama sastrawan besar dan keberadaan penerbit tentu memiliki andil yang besar pula dalam hal tersebut. Dewasa ini dikenal juga nama-nama pengarang khususnya yang berkiprah di Semarang seperti S. Prasetyo Utomo, Saroni Asikin, Triyanto Triwikromo, dan pengarang lainnya. Dua diantaranya memiliki karya yang terbit di penerbit Beruang. Masing-masing pengarang memiliki gaya khasnya sendiri. S. Prasetyo Utomo dengan tema kemanusiaannya, Saroni Asikin dengan kearifan lokalnya, adapun Triyanto Triwikromo yang karya sastranya berhasil memperoleh penghargaan luar negeri (Apisari, 2015:224). Melihat populasi pengarang di Semarang kaitannya dengan salah satu idealisme penerbit Beruang yakni entitas Semarang, mendapatkan naskah tentunya bukanlah hal yang sulit, terlebih target penerbit Beruang tergolong sangat sedikit. Menurut Wiwid sejauh ini tidak ada kendala dalam memperoleh naskah.

Setiap penerbit tentu memiliki kebijakannya masing-masing. Dalam dunia penerbitan kebijakan yang paling awal di luar perkara domestik adalah seleksi naskah. Kebijakan tersebut dapat dikatakan juga sebagai rekrutmen naskah. Penerbit Beruang memiliki 2 kebijakan awal yakni reguler yang berarti teratur, tidak ada pemungutan biaya dalam kebijakan reguler dan royalti akan diberikan sesuai kontrak yang telah disepakati, adapun naskah lama dan rilisan penerbit juga termasuk kedalam kebijakan ini. Kebalikannya, nonreguler berupa *self-publishing* yang berarti menerbitkan buku sendiri dimana penulis mengurus proses pracetak bukunya secara mandiri dan membiayai sendiri naskahnya untuk dijadikan buku termasuk juga penjualannya serta kerja sama cetak yang adakalanya membuat penulis yang bersangkutan membayar utuh perkara cetak sama halnya dengan *self-publishing* namun tanpa diperjualbelikan, namun pada beberapa naskah milik komunitas tertentu dan beberapa kerabat penulis penerbit membiayai 50% biaya cetak dan turun tangan dalam urusan pracetak untuk kemudian membagi hasil penjualan 50% pula. Sebanyak 37 judul terbit terhitung sejak awal berdiri hingga tahun 2021, 17 diantaranya berasal dari kebijakan reguler, 11 kerja sama cetak, dan sisanya merupakan *self-publishing*.

Sebagai penerbit yang menjunjung tinggi idealismenya, Beruang mempunyai *style* nya sendiri. Utamanya, adalah sesuai kaidah penerbit Beruang dan Entitas Semarang. Bahasa yang digunakan dalam naskah pun tidak memberikan pengaruh lolos atau tidaknya suatu naskah. Adapun kriteria umum terkait naskah masuk, seperti tipografi, ukuran kertas, pilihan huruf, kepadatan halaman, margin, dan lain sejenisnya sebagai bagian dari format penulisan, dalam penerbit Beruang tidak ditekankan sebab yang demikian tadi bukanlah suatu penentu.

Seluruh naskah yang masuk akan melalui tahap kurasi. Wiwid bertindak sebagai kurator yang dalam penerbit Beruang memilah naskah mana yang sesuai dengan idealisme penerbit. Hal tersebut bersifat rata bagi semua kebijakan namun masing-masing memiliki ukuran penilaiannya sendiri. Naskah yang masuk melalui surat

elektronik akan dicetak satu sampai tiga lembar pertama kemudian dibaca. Penerbit memiliki keyakinan bahwa karya yang bagus, sejak awal tentu sudah terlihat bagus, manakala dari awal buruk maka akhirnya juga buruk, sebab penulis yang baik akan mempertimbangkan kata-katanya sejak halaman pertama. Sementara pencarian naskah lama yang merupakan salah satu kebijakan penerbit Beruang tidak dapat lepas dari terciptanya relasi dengan kolektor naskah klasik. Meski begitu, tidak semua naskah lama cocok terbit. Dalam hal ini, penerbit mempertimbangkan 2 hal yakni, sesuai dengan idealisme penerbit dan naskah berumur lebih dari 70 tahun sebagaimana UU RI No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta Bab IX Masa Berlaku Hak Cipta dan Hak Terkait Pasal 58 Ayat 1 dimana perlindungan hak cipta atas ciptaan diantaranya buku, berlaku selama hidup pencipta dan terus berlangsung selama 70 tahun setelah pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya. *Self-publishing* dan kerja sama cetak sekilas memiliki persamaan perihal memakai biaya sendiri dalam menerbitkan buku, namun dalam kerja sama cetak penerbit berperan mengerjakan seluruh perkara pracetak hingga cetak, sementara *self-publishing* memungkinkan penulis untuk mengurus sendiri perkara pracetaknya dan penerbit hanya berperan mencetak serta memberi ISBN. Meski membayar, penerbit tetap melakukan kurasi dimana naskah yang lolos melalui kebijakan *self-publishing* merupakan naskah yang bagus dalam artian wacananya jelas dan persoalan penulisan sudah benar. Begitu pula naskah yang lolos melalui kebijakan kerja sama cetak haruslah naskah yang memiliki segmentasi jelas sehingga memenuhi kriteria bagus. Selain permasalahan biaya, keduanya juga harus memenuhi jumlah minimal oplah yakni 50 eksemplar dan tentunya tidak akan mendapatkan royalti dari penerbit.

Kurator Beruang memerlukan waktu idealnya 2 minggu meliputi membaca naskah dan diskusi tim. Pada naskah yang lolos akan melalui tahap editing baik isi maupun bahasa, waktu yang diperlukan editor sekurang-kurangnya dua minggu namun tidak halnya dengan naskah lama sebab proses pengalih ejaannya saja memerlukan setidaknya hingga 3 bulan, pemberian catatan kaki juga wajib dilakukan dalam penggarapan naskah lama sebab banyak sekali kata-kata yang sifatnya sulit dipahami oleh pembaca umum. *Setting layout* berupa penataan teks, foto, dan elemen lain dalam format sebuah buku memerlukan waktu kurang lebih 2 minggu. Pekerjaan tadi ditangani oleh Wiwid sementara Santi mengemban tugas sebagai *proofreader* yang memastikan bahwa tata bahasa, ejaan, dan tanda baca sudah benar atau biasa disebut *proofreading*, sama halnya dengan *setting layout*, *proofreading* juga memerlukan waktu kurang lebih 2 minggu. Kemudian kembali pada seleksi, selain naskah penyaringan juga dilakukan terhadap *cover*. Seleksi *cover* menyesuaikan dengan isi buku namun tidak ada pertimbangan yang paten dalam kasus ini sebab nilai estetik dapat dijadikan salah satu tolak ukur terhadap sesuatu sementara nilai estetik sendiri tidak memiliki tolak ukur tertentu. Tahapan terakhir pada proses seleksi dalam penerbit Beruang disebut *dummy* yang dilakukan setelah hak cipta, ISBN (International Standard Book Number), dan KDT (Katalog Dalam Terbitan) didapatkan. Dikategorikan sebagai bagian dari seleksi sebab pada tahap ini penyaringan terakhir dilakukan, buku akan dicek secara keseluruhan sebelum benar-benar sampai kepada pembaca. Faktanya selalu ada kesalahan yang ditemukan. Kesalahan pada *dummy* di penerbit Beruang meliputi kesalahan basic yang hampir tidak pernah terjadi di Beruang, sekunder yakni kesalahan tanda baca seperti yang pernah dialami penerbit, berupa titik (.), dan koma (,), elementer yakni hal-hal mendasar namun krusial seperti salah menyebut tokoh yang juga hampir tidak pernah terjadi di Beruang, terakhir kesalahan teknis dimana bagian *layout* dan

desain sangat rentan terhadap hal ini sebab adakalanya tata letak dan warna naskah saat berada di layar dengan saat berada di kertas berbeda ataupun tidak presisi.

Buku Beruang membicarakan hal hal yang sifatnya mendalam, selalu ada kedalaman bahasa di dalamnya seperti seni sastra, sastra klasik, dan yang bersifat mendalam lainnya, lain halnya dengan sastra populer yang memiliki formula tetap dengan bahasa yang ringan seperti *teenlite*, *checklite*, roman percintaan, dan bacaan sejenis yang menghibur. Sebagai pembanding, (Noor, 2013:77) mengatakan bahwasannya berbeda dengan karya sastra serius yang merangsang pikiran, novel populer lebih mengundang perasaan berlebih. Sama sekali tidak ada pertimbangan bagi penulis yang naskahnya tidak sinkron dengan Beruang. Meski begitu pihak penerbit tidak pernah memaksakan penulis untuk mengikuti *style*. Melainkan penulis yang memang dari awal memiliki kesamaan *style* dengan Beruang bahkan bisa berlanjut. Meskipun pembinaan pengarang baru sampai belum dilakukan, pihak penerbit Beruang secara online pernah mengadakan kelas menulis bersamaan dengan peluncuran buku dari penulis berlanjut Beruang, Muhajir Arrosyid. Sehingga tidak menutup kemungkinan akan adanya pembinaan berupa kelas juga untuk kedepannya. Hal ini sejalan dengan pendapat (Escarpit, 2008:75) bahwa sebenarnya penerbit yang memiliki pengarang berlanjut nantinya dapat membuka kemungkinan akan pembinaan pengarang yang baru.

Publikasi Karya Sastra dalam Penerbit Beruang

Sebagai penerbit indie yang pangsa pasarnya berupa komunitas tertentu dengan value dan visi relatif sama, penerbit Beruang memiliki segmentasi sastra sehingga dalam publikasinya berorientasi bukan kepada pembaca umum ataupun kehendak pasar, melainkan pembaca sastra. Segmen Beruang tidak kemudian mengetahui begitu saja buku yang terbit sehingga pada tahap inilah kegiatan *launching* buku diperlukan. Hal selanjutnya yang dilakukan setelah karya diperkenalkan pada publik adalah merealisasikannya menjadi barang dagangan yang bersifat komersil, dalam proses memindahtangankan buku, ada beberapa cara yang sejauh ini ditetapkan oleh penerbit Beruang yakni langsung melalui penerbit Beruang, distributor buku, *Reseller* dengan kesepakatan potongan 30-35% dari harga buku dengan minimal pembelian 5 eksemplar. *Dropship* yang memungkinkan buku sampai kepada pembaca dengan dikirim langsung melalui penerbit tanpa jumlah minimal pesanan, dan *Marketplace* yang digunakan Beruang, terdapat 3 *platform marketplace* yakni Tokopedia, Bukalapak, serta Shopee.

Masih terkait publikasi buku, segala yang dapat diupayakan perlu dilakukan. Meski buku-buku telah sampai pada pembaca, tidak ada yang tau mana lagi yang akhirnya juga menjadi pembaca. Kondisi ini yang membuat tuas-tuas penyangga publikasi perlu ditekan kaitannya dengan eksistensi tertentu. Sejahter ini yang dilakukan penerbit Beruang akan tuas tadi berupa pameran buku, buku yang diacarakan, resensi kritis, penghargaan sastra, dan publikasi audio-visual. Dari 17 buku reguler, 13 diantaranya memiliki acara tak terkecuali peluncuran buku. Hal terakhir dalam bahasan publikasi adalah strategi pemasaran (Simamora, 2000:218) menjelaskan bahwa pokok penting yang perlu diperhatikan dalam strategi pemasaran diantaranya adalah penetapan sasaran dan pemilihan pasar target. Soalan ini tentu sudah sangat jelas bagi penerbit Beruang sebab dari awal sudah ditentukan pasar Beruang merupakan sastra yang berlaku hingga sekarang. Strategi pemasaran dimaksudkan untuk tidak hanya mengenalkan produk namun juga hubungannya dengan memindahtangankannya secara

kontinu. Untuk itu pengembangan program dan pemantauan aktivitas juga penting dilakukan. Lantaran pemindahtanganan produk Beruang telah diatur sedemikian rupa dan berjalan dengan baik. Santi, selaku juga admin untuk bagian penjualan mengambil langkah *maintenance* untuk setidaknya mempertahankan hal tersebut dalam memasarkan buku penerbit beruang tidak hanya pakem melalui satu cara melainkan menghargai setiap ide yang muncul dan mungkin untuk direalisasikan. *Merchandise* buku seperti pembatas, poster, hingga kaos menyertai beberapa buku yang terbit. Paketan buku bahkan ada yang dikemas cantik menggunakan besek bambu. Cara-cara yang kemudian disebut promosi.

Namun demikian, selayaknya penerbit indie tidak mengenal kata obral. Akarnya sederhana namun kuat, yakni idealisme. Umpamanya suatu naskah dianggap bagus oleh penerbit Beruang, maka akan digarap untuk kemudian terbit, walaupun hanya 50 ekslembar bahkan kurang, sebab merasa bahwa orang-orang harus tau buku ini. Bahkan menurut pandangan Wiwid, sisi bisnis dalam penerbit indie tidak boleh melebihi sisi identitasnya, dengan begitulah penerbit indie seperti Beruang dapat tetap berjalan. Idealisme selain menjadi pertimbangan naskah masuk juga menjadi pertimbangan jumlah cetak sementara POD tampaknya membuat itu terwujud. Buku-buku Beruang yang memang dicetak demi sedikit diantaranya menuai minat yang tinggi kemudian meraih penjualan yang baik.

Penjualan terbaik dalam Beruang sejauh ini berlaku saat cetak terus berjalan, tertingginya mencapai angka diatas 200 ekslembar. Ada kasus penjualan terbaik tentu juga sebaliknya. Kerugian pernah dialami penerbit Beruang ketika menggunakan mesin cetak besar dan mencetak buku diatas 150 ekslembar. Hitungan BEP (*Break Even Point*) sebanyak 70 ekslembar terjual untuk memperoleh kembali modal yang digunakan atau dapat disebut juga mencapai titik impas direncanakan selesai pada saat tahap *pre order* namun kenyataannya meleset. oleh sebab itu bagi penerbit Beruang sistem cetaksedikit-habis-cetaksedikit-habis adalah sistem yang paling menguntungkan.

Simpulan

Tanggal 25 Februari 2019 Widyanuri Eko Putra dan Santi Al Mufaroh mendirikan penerbit Beruang dengan nama CV Beruang Cipta Literasi. Pasutri penggiat buku tersebut beranggapan bahwa dalam urusan perbukuan, kota Semarang masih sangat tertinggal, sehingga berdirinya penerbitan ini diharapkan dapat meningkatkan khazanah perbukuan di Ibu Kota Jawa Tengah. Hal itu pula yang menjadi salah satu idealisme Beruang selaku penerbit indie, yakni entitas Semarang. Salah lainnya berupa tulisan sastra yang tidak hanya berhenti pada sastranya saja melainkan sesuatu di luarnya yang dapat diobrolkan dari banyak sisi.

Soalan produksi ditribusi, dalam sosiologi sastra Robert Escarpit yang digunakan dalam penelitian, dititikberatkan masing-masing pada seleksi dan publikasi kaitannya dengan idiosinkratis penerbit Beruang. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat diambil simpulan bahwa kunci seleksi ditetapkan di awal oleh kurator yang kemudian membagi naskah masuk menjadi 2 kebijakan, yakni reguler yang diantaranya juga termasuk naskah lama dan rilisan penerbit sementara nonreguler terdiri dari *self-publishing* dan kerja sama cetak. Kriteria lolos adalah sesuai tidaknya dengan idealisme sementara hal diluarnya dapat diselesaikan pada tahapan selanjutnya. Selain naskah, kegiatan seleksi juga berlaku pada *cover* dan *dummy books*. Populasi pengurangan

menunjukkan keberpengaruhan seperti adanya pengarang berlanjut dan pembinaan pengarang baru dirasa belum perlu bagi tim penerbit Beruang. Tahapan selanjutnya yang dimaksud berupa penyuntingan, *layout*, dan *proofreading*, sama halnya kurasi, ketiganya membutuhkan waktu kurang lebih 2 Minggu sementara pekerjaan penerbit indie Beruang adalah *one man show*, istilah untuk satu orang dapat mengerjakan banyak hal, sehingga fleksibel bagi Wiwid dan Santi untuk menangani tiap pekerjaan. Selain langsung dari penerbit, buku Beruang dapat sampai pada pembacanya melalui distributor, *reseller*, *dropship*, dan *marketplace*. Publikasi agar hal tadi dapat terlaksana dengan baik diantaranya melalui pameran buku, buku yang diacarakan, resensi kritis, penghargaan sastra, dan publikasi audio-visual. Langkah *maintenance* diambil sebagai strategi pemasaran supaya sistem yang ada dapat berjalan secara kontinu. Pada akhirnya buku idealis mencapai penjualan terbaiknya sementara untuk menghindari kerugian penerapan POD (*Print on Demand*) sangatlah membantu.

Daftar Pustaka

- Damono, Sapardi Djoko. 2020. *Sosiologi Sastra*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Endraswara, Suwardi. 2013. *Metodologi Penelitian Sastra: Epistemologi, Model, Teori, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Caps.
- Escarpit, Robert. 2008. *Sosiologi Sastra*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Faruk. 1994. *Pengantar Sosiologi Sastra: dari Strukturalisme Genetik sampai Postmodernisme*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- IKAPI. 2021. *Statistik Gambaran Industri Penerbitan Buku di tahun 2018*.
<https://www.ikapi.org/> (diakses tanggal 21 September 2021).
- Noor, Redyanto. 2013. "Gerak Perlawanan Budaya: Produksi, Distribusi, Resepsi, dan Ekspresi Gaya Hidup Remaja Novel Chicklit dan Teenlit Indonesia" (Disertasi). Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Republik Indonesia. 2014. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.
- Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Teeuw, A. 1984. *Sastra dan Ilmu Sastra*. Bandung: Pustaka Jaya.
- Wahyuni, Tri, dkk. 2015. *Sastrawa Jawa Tengah dan Karyanya*. Semarang: Balai Bahasa Provinsi Jawa Tengah.